



*Zdravi, nasmejani, srečni
bodimo v letu 1997*



Zavarovalnica Mercator

**Imejte srečo tudi v letu 1997.
Imejte nas !**

**Zavarovancem, poslovnim
partnerjem in vsem, ki jim
namenjamo svoje storitve,
želimo vesele božične
praznike in mirno, zdravo,
zadovoljno leto 1997.**

**Vabimo, da se pridružite številnim
našim zavarovancem.**

**Obiščite nas
na Ciril Metodovem trgu 1 v
Ljubljani
tel.:**

**061/132-23-48
061/133-52-50
061/133-51-11**

**Na Dunajski cesti 107 v Ljubljani
tel.:
061/168-32-92**

**Agenciji Kržič & Co
Hacquetova 5, Ljubljana
tel.:
061/132-00-53
061/342-724
Mobitel:
0609-621-988**

Pridemo tudi na dom.

KRATKE VESTI IZ MERCATORJA

stran 4

intervju
intervju**"Sem za vsebino"**

stran 9

pogovor s članom uprave Sašom Geržina
odgovornim za Mercatorjevo trgovino in trženje

aktualno

Mercator v letu 2000

stran 6

Razmišljanja direktorjev družb

mercator
moje dežele**Čas za razmislek**

stran 13

O usodi Mesnin dežele Kranjske

Nove trgovine

stran 14, 23

Mercator SVS pod drobnogledom

stran 18

Analiza devetmesečnega poslovanja družbe

Končano razvojno obdobje

stran 22

V Kmetijskem gospodarstvu Kočevje so
zadovoljni

Ljubljana in Veselje

Likovne razstave

stran 26

Drobiž iz zelenega sveta

stran 30

Svet mode

stran 32

Križanka

stran 34

Časopis Poslovnega sistema Mercator, d.d., Ljubljana,
Dunajska 107.

Izdaja Center za obveščanje, Uredništvu, Ljubljana,
Dunajska 107, telefon 061/1683-205.

Glavna in odgovorna urednica: Vesna Bleiweis

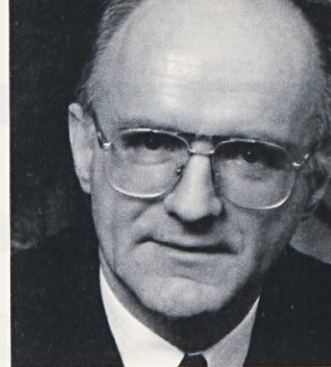
Priprava za tisk: Cortec Ljubljana

Tisk: Tiskarna Ljubljana

Časopis prejemajo delavci, kmetje, učenci in upokojenci
Poslovnega sistema Mercator.

Naklada: 10.300 izvodov.

Po mnenju pristojnega republiškega organa se od časopi-
sa plačuje 5% prometni davek.

Mercator v letu 2000

Živko Pregl

Čez 4 leta bo Mercator moderna trgovska družba po mednarodnih oziroma zahodnoevropskih merilih. Njegove proizvodne družbe bodo pripravljene za vstop v Evropsko unijo.

To pomeni:

- kupcem bo Mercator v okviru svoje celovite storitve nudil po ceni in kakovosti privlačno blago in to v novih, velikih modernih trgovinah in prenovljenih samopostrežnih prodajalnah;

- delničarjem bo zagotavljal redne dividende in dobro tržno ceno delnic;

- zaposleni bodo imeli stabilna delovna mesta in dostojne plače.

Takšna slika spominja na spisek dobrih želja. Je to realno? Druge izbire nimamo. Analize kažejo, da ima Mercator 3 do 5 let časa, da se preoblikuje. Potem pa bo tudi na slovensko tržišče neizprosno stopila tuja konkurenca. Imamo torej le nekaj let časa in nič dlje! Če tega časa ne bomo izkoristili, bo Mercator obsojen na stagnacijo in počasno umiranje. Ne bo upravičil svoje dosedanje častitljive zgodovine.

Zato smo zdaj pred uresničitvijo važnih odločitev:

- zgraditi moramo nove hipermarkete, supermarkete in prenoviti obstoječe trgovine, razen tistih, ki jih bomo prestrukturirali oziroma opustili;

- izboljšati moramo prodajo, distribucijo in nabavo ter jih podpreti z informacijsko tehnologijo;

- usposobiti moramo vse nas - potrebovali bomo dodatne nove prodajalke in prodajalce za delo v mednarodno konkurenčni firmi;

- zaključiti moramo finančno konstrukcijo tega projekta, vključno z inozemskimi krediti.

Vzporedno delamo vse, da bi naše proizvodne, kmetijske in storitvene družbe postale sposobne za tekmovanje v Evropi.

Spremembe, ki smo jih opravili v tem letu, niso majhne. Posebej naj spomnim na nove prodajne prijeme in akcije: na prenovo številnih trgovin, upoštevanje novo celostno grafično podobo; mnoga naša proizvodna podjetja so razčistila strateška vprašanja svojega razvoja; na povečanje učinkovitosti računovodskega spremljanja poslovanja; na združitev informatike; na ogromno delo pri novi sistemizaciji in sistemu plač; uredili smo pogoje za delo sindikata in še bi lahko našteval. Ob vsem tem pa izboljšujemo tekoče poslovanje.

Druge sodelavke, dragi sodelavci: v imenu uprave in mojem imenu - hvala za vse! Po prazničnem počitku moramo spet navkreber. Hoja navzgor je naporna, a nudi vse lepši razgled in vse večje zadovoljstvo.

Želim vam prijetne Božične praznike in srečno Novo leto.

PROTI VSESPLOŠNI PRODAJI

Svet delavcev obvladujoče družbe je na seji sredi novembra obravnaval tudi sklep nadzornega sveta, ki se nanaša na prodajo premoženja, ki ne prinaša dobička. V to premoženje sodijo tudi počitniški objekti. Svet delavcev je od uprave zahteval, da mu predloži pregled vseh počitniških objektov (ne samo tistih, ki so v lasti obvladujoče družbe), njihovo knjižno vrednost, vrednost ugotovljeno s cenitvijo, podatke o zasedenosti v zadnjih dveh letih ter predlog o načinu in postopku prodaje.

Svet delavcev je menil, da počitniških objektov ne gre prodajati kar počež, temveč da je treba najti rešitev, ki bo delavcem Mercatorja omogočila nadaljnje uporabljanje vseh tistih objektov, ki jih je z ustrezno organizirano službo mogoče izmenjavati ne glede na lastništvo. Pri tem je svet delavcev sklenil, da bo na vsako prodajo, ki ne bo opravljena v soglasju s svetom delavcev, reagiral v skladu z zakonom o sodelovanju delavcev pri upravljanju.

Tudi sveti delavcev odvisnih družb bodo morali obravnavati vse prodaje počitniških objektov, saj tovrstna prodaja brez soglasja sveta delavcev ni dopustna.

na kratko

KONCERNSKI SVET DELAVCEV PRED KONSTITUIRANJEM

Do začetka novembra so bili v glavnem končani predhodni postopki za konstituiranje koncernskega sveta delavcev. V skladu z zakonom o soupravljanju, so v koncernski svet svoje predstavnike imenovali sveti delavcev naslednjih družb: Eta, M-SVS, obvladujoča družba, Modna hiša Maribor, Zmjačkov butik, Mercator-KG Kočevje, Oljarica in Mercator-KŽK Kmetijstvo. V zadnjem tednu oktobra se je konstituiral svet delavcev družbe M-Dolenjska, ki bo tudi imenoval svoje predstavnike v svet delavcev koncerna.

Družbe, ki niso navedene, svetov delavcev nimajo.

Temeljna naloga koncernskega sveta delavcev je imenovanje osmih predstavnikov delavcev v nadzorni svet koncerna. Znani so predlogi oziroma kandidature iz vrst delavcev odvisnih družb, v obvladujoči družbi pa postopek predlaganja kandidatov še ni končan.

Do konca decembra bo konstituiran svet delavcev koncerna, ki bo na svoji konstitutivni seji opravil tudi izbiro med predlaganimi kandidati za člane nadzornega sveta.

Mercator in zdrava prehrana

Sladkorna bolezen ali diabetes med slovenskim prebivalstvom ni redkost, bolnih je že okoli 100.000 ljudi. Bolezen potencialno ogroža vsakega petega prebivalca Slovenije. Bolni so povezani v Zvezo društev za boj proti sladkorni bolezni, ki združuje 37 društev z 20.000 člani. Letos je minilo 40 let od začetka delovanja društev diabetikov v Sloveniji. Na svetovni dan boja proti tej bolezni - 14. novembra je bila v ljubljanskem Smeltu osrednja slovesnost. Diabetiki so skupaj z zdravniki, medicinskimi sestrami in drugimi, ki pomagajo pri lajšanju tegob sladkorne bolezni, izobraževanju, organiziranem nadzoru bolezni in društvenem delu, pregledali prehojeno pot in načrte. Zveza društev za boj proti sladkorni bolezni je zdravnikom - diabetologom, medicinskim sestram in mecenom Zveze, podelila posebna priznanja.

In kaj ima s tem Mercator? Poleg tega, da je bil sponzor zaključne prireditve, se je s posebno prodajno akcijo odzval tudi na pobudo Zveze.

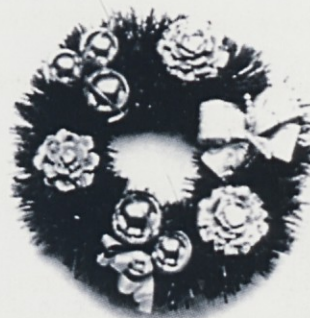
Od 11. do 16.11.1996 je bila v Mercatorju enotedenska akcija ugodne prodaje dietetičnih živil. V akcijo je bilo vključenih 20 živil - od mesnih in mlečnih izdelkov, zelenjave in testenin, do sladkarij in napitkov. Vsem pa je skupno to, da jih uvrščamo v takoimenovano "zdravo hrano" in so po tej plati primerni za prehrano diabetikov. Poraba

na kratko

PREDSTAVITEV POSLOVNEGA NAČRTA DO LETA 2001

Direktorji družb so bili prva pomembna Mercatorjeva javnost, ki se je konec oktobra seznanila z Mercatorjevim poslovnim načrtom do leta 2001, natančneje s finančno in časovno dimenzijo prestrukturiranja trgovine.

Gre za zahteven projekt, katerega usoda je izključno v rokah Mercatorjevih ljudi. Zato bo predsednik uprave Živko Pregl z njim seznanil še celo vrsto struktur od lastniške, soupravljalške do sindikalne.



2. SKUPŠČINA MERCATORJEVIH DELNIČARJEV



**Predsednik
države
Milan Kučan
prihaja med
diabetike.**

zdrave hrane, ki ni energijsko nasičena in ima vse vitalne sestavine, doživlja hiter vzpon. Ljudje se vedno bolj zavedajo pomena in odgovornosti za lastno zdravje. K ozaveščenju kupcev o zdravem prehranjevanju je kot velik trgovec dolžan prispevati tudi Mercator. Naj bo navedena akcija znanilka trajnega uveljavljanja tega spoznanja.

na kratko

FEIEA

**European Grand Prix
of House Journals
1996**

The following has been named as a
commended finalist:

Category: **Best Magazine**
Title: **Mercator**
Country: **Slovenia**

FEIEA



.....
President

October 30th 1996
Date

Druga skupščina Mercatorjevih delničarjev je sklicana za 19.12.1996.

Na dnevnem redu, ki je bil 18. 11. objavljen v časniku Delo, je sprejem poslovnega poročila za leto 1995, sprejem sklepa o uporabi dobička, sprejem sklepa o spremembah in dopolnitvah statuta Mercatorja in informacije, pomembne za delničarje.

Za sklic skupščine velja določen proceduralni red, gradivo zanjo pa je delničarjem na voljo najmanj 30 dni pred zasedanjem.

Glede na to, da v času priprave te vesti, skupščina še ni zasedala, povzemamo le predloge sklepov uprave in nadzornega sveta.

Uprava je za leto 1995 pripravila poslovno poročilo, v katerem je ugotovljenega nekaj več kot 415 milijonov dobička. Revizijska družba Ernst&Young, ki je revidirala izkaz stanja, uspeha in gibanja finančnih tokov, je ugotovila, da podatki navedeni v poročilu podajajo resnično in pošteno sliko finančnega stanja Poslovnega sistema Mercator. Uprava skupščini predlaga, da poslovno poročilo sprejme in da ugotovljeni dobiček ostane nerazporejen. Pri tem uprava ugotavlja, da izkazani dobiček omogoča izplačilo 120 tolarjev dividende na delnico. Od tega zneska je potrebno odšteti še davek, zato uprava ocenjuje, da bi bili stroški izplačila dividend previsoki glede na njihovo višino.

Spremembe statuta zadevajo področje pristojnosti uprave in nadzornega sveta. Izhajajo pa iz dejstva, da uprava družbo vodi, nadzorni svet pa opravlja "nadzorstveno" funkcijo nad tem vodenjem. Te spremembe nikakor ne pomenijo manjše vloge ali moči nadzornega sveta kot organa delničarjev v razmerju do uprave, ampak njegovo razbremenitev glede na operativnost poslovnih odločitev, ki jih uprava mora sprejemati "samostojno in na lastno odgovornost", kot pravi zakon o gospodarskih družbah.

Uprava bo skupščini delničarjev nedvomno posredovala tudi informacije, ki zadevajo financiranje prestrukturiranja Mercatorjeve trgovine. O odzivu skupščine oziroma njenem poteku in sklepih, pa po zasedanju.

na kratko

LISTINA O NOMINACIJI

V uredništvu časopisa Mercator bo na vidnem mestu listina, ki dokazuje, da je bil časopis nominiran za najvišjo nagrado Evropskega združenja urednikov podjetniških časopisov - FEIEA.



MERCATOR V LETU 2000

Náš časopis je vse preveč namenjen preteklim dogodkom. Kakšen je pogled direktorjev Mercatorjevih družb na prihodnost Mercatorja in družb, ki jih vodijo? Povabili smo jih k razmišljanju o prihodnosti, kot jo vidijo v danih okoliščinah. Od direktorjev odvisnih trgovskih družb smo pričakovali pogled na razvoj trgovinske dejavnosti v luči najnovejših Mercatorjevih projektov. Od direktorjev proizvodnih, kmetijskih in storitvenih družb pa pogled na možnosti razvoja, ki jih dajeja opciji v in izven Mercatorja. Odgovor predsednika uprave je v uvodniku. Žal se je na povabilo odzvalo le nekaj direktorjev.

Stanislav Brodnjak, Mercator-SVS



Vprašanje je neposredno, zato je tak tudi odgovor.

Mercator leta 2000 in seveda vse družbe v njem, ki jih bodo pustili živeti, bodo skupaj takšne kot bodo njihovi ljudje. Njihovi ljudje pa bodo takšni kot bo v letih do 2000 njihovo vodstvo. Predlani smo bili prijazen velikan. Ali smo to še? Ugled in gospodarski položaj naših družb bo odvisen zlasti od tega, kako se bomo tržno pozicionirali, pri čemer je le del odvisen od drugih (države, monetarne politike i.t.d.), skoraj vse pa od nas samih.

V družbi Mercator SVS smo načrtali politiko, ki bi nas v naslednjih letih vodila k stabilnosti in dobremu položaju pred vstopom v Evropsko unijo (EU), ki bo prav gotovo stresen. Prvi začetek bo davek na dodano vrednost, ki bo imel poleg funkcije dati državi čimveč in čimbolj pregledno, tudi precejšen vpliv na položaj naše konkurence (majhne grosiste in detajliste).

Pred vstopom v EU bomo morali družbe dokončno stroškovno in programsko očistiti. Stroške bo potrebno postaviti na primerjalno raven podobnih družb v Evropi. Družbe, ki ne obvladujejo stroškov se že danes srečujejo z velikimi težavami. Komercialne koordinacije (superrabati, rabati) bo potrebno prenesti na kupce, ne pa jih namenjati za pokrivanje neobvladovanih stroškov.

Drugi preizkus bo nesporno spremenjena lastniška zakonodaja. Z Ustavo zagotovljen prost pretok blaga in kapitala (nakup nepremičnin tujcev) bo položaj domačih trgovcev še bolj zaostril. Na to se je potrebno pripraviti.

Meja med EU in jugom se premika na slovensko-hrvaško mejo. Ali je to novi element razvojne strategije? Lahko.

Za družbo Mercator SVS, ki ima ponekod še vedno 50% tržni delež, prihajajo še težji časi, vendar se na to pripravljamo že nekaj let. Pred seboj imamo še nekaj obnov in nekaj zapolnitev tržnih niš. Vse to lahko storimo brez stresov in posebnih tveganj, vendar bo to uspešno le, če se bomo bistveno bolj posvetili delu z ljudmi (v svetu se danes pretežno ukvarjajo s tem vprašanjem), povezovanju s partnerji, s katerimi skupaj, ne glede na formo obliko, lahko storimo za oba kar največ in če bomo imeli dovolj možnosti, samoiniciativnosti in kreativnosti pri vodenju poslov. Če tega ne bo, bo prijazen velikan, nenandoma neprijazen, neuspešen, zamorjen in kar je najhuje, nemoderen in neprijazen kupcu. Izpo-

drivali ga bodo vsi, ki prihajajo in tisti, ki so spoznali, da ni vse v avtoritarnem vodstvu, temveč predvsem v ljudeh in stroških. Verjamem, da bomo pravočasno spoznali, kako do leta 2000, da bomo tudi po letu 2000.

Sonja Černič-Legerwall, Mercator-Hotel Ilirija

"Hotel Ilirija je ena od neznatnih enot velikega Mercatorja, ki bo tudi v letu 2000 dosegala le promile v skupnem dohodku. Pa zaradi tega ne bomo imeli manjvrednostnih kompleksov, niti ne bomo zaradi tega obupali. Nasprotno: do magičnega leta 2000 bi morali izpolniti cilje, ki bi nas privedli do standardov, ki so jih hotelirji v zahodnem svetu že osvojili in jih torej hotelski gostje normalno pričakujejo, če rečem z blago besedo. Če pa sem realnejša, moram reči, da jih že kar zahtevajo.

Kaj moramo do leta 2000 spremeniti? Doseči moramo, da bodo vsi zaposleni razumeli potrebnost in nujnost sprememb v našem poslovanju. Prav vsak naj bi dojel, da je prav delež njegovega dela izrednega pomena za uspešnost celotnega podjetja. Kvaliteta storitve se meri po kvaliteti dela zaposlenih, ne pa po milijonih vloženi v obnovo hotela, restavracije, kuhinje, pralnice ...

Tehnologija dela se v svetu v zadnjih letih temeljito spreminja. Njen cilj je olajšati delo zaposlenim in do popolnosti zadovoljiti gosta ter povečati donosnost vložnega kapitala.

Da bi dosegli oboje prej navedeno, bo potrebno vložiti v naš hotel tudi precej sredstev. Hotel želimo preurediti v hotel dobre srednje kategorije, v hotel za poslovneže, za konference in seminarje, hotel z zmernimi cenami in z odličnimi storitvami.

Če si bomo vsi zaposleni za to tudi iskreno, delovno in ustvarjalno prizadevali, bomo do leta 2000 to željo tudi uresničili."

Boris Požar, Mercator-Degro

"Kot bi trenil je minilo leto. Ob vseh stresih, ki smo jih v letošnjem letu (eni bolj, drugi manj) preživljali v Mercatorju, lahko rečem, da smo v tem jadrnem letu Degro pripeljali v miren pristan. V tem pristanu naj bi se varno počutilo tudi tistih 2.600 delničarjev, ki so preko Degroja morali zaupati Mercatorju. Kolikšna bo ta varnost je odvisno od dobička. Tega je treba v dogovoru z delničarji pošteno razdeliti med sredstva za nadaljnji razvoj in dividende. Moja vizija Mercatorja v letu 2000 je naslednja - naj mi je kolegi iz netrgovskih družb ne zamerijo - Mercator mora biti največji trgovec in to samo trgovec in ne samo s prehrabenim blagom. Proizvodnja bo s tem dobila bistveno večji tržni potencial. Ko pravim Mercator trgovec, mislim na trgovca, ki je pošten do konkurence in dobaviteljev. Drugi nam morajo priznati, da smo najboljši in ne da se za take razglajamo sami. Z razširitvijo oziroma novogradnjami nakupovalnih centrov, hipermarketov in samopostrežnih trgovin (vendar ne za vsako ceno) bo Mercator počasi zapolnil "bele lise" v Sloveniji. Imeli bomo tri solidna in močna regionalna podjetja, nekaj specializiranih, ki bodo v zadovoljstvo lastnikov - ne tistih, ki sedijo na Dunajski 107, ampak tistih, ki so vložili certifikate, dosegala optimalne dobičke. Ljubljanski Mercator se bo moral organizirati tako, da bo le ena odvisna grosistična in vsaj dve maloprodajni odvisni družbi. Vse skupaj pa mora imeti v Mercatorjevi upravi normalno, sposobno ter številčno primerno nadgradnjo, ki nas bo potrpežljivo, vztrajno, vendar pa pošteno in s fer odnosi (ne z vzvišeno oblastnostjo) peljala iz leta v leto k večjemu blagostanju zaposlenih in drugih lastnikov Mercatorja. Le tako bo Mercator dober sosed potrošnikom, zaposlenim pa v zadovoljstvo in ponos.

Vsem Mercatorjevcem in delničarjem želim prijetne božične praznike in srečno novo leto 1997."

Jožef Šilec, Mercator-Modna hiša Maribor

Smo manjša odvisna družba. Tudi v letu po lastninjenju je družba, ki jo vodim, usmerjena v razvoj specializirane verige za prodajo tekstilnih izdelkov.

Odločilno vlogo v tej branži ima kupna moč prebivalstva, zato so za uspešno prodajo potrebni večji napor. V Mercatorju bi želeli in dana nam je tudi možnost, da se veriga razvija naprej. Pred letom je bil njen začetek MODIANA v Interspar centru v Celju. Že takrat sem predvideval, da bo veriga za razvoj potrebovala 3-5 let, kar časovno sovпада z razvojnim načrtom Mercatorja. Veriga naj bi našla prostor v vseh večjih nakupnih centrih, ki bodo zgrajeni v naslednjih letih. Površina v teh centrih bi bila cca 300-1000 m², odvisno od lokacije nakupnega centra.

Prodajni asortiment smo skrbno izbirali. Kljub temu, da je ponudba zelo velika, vedno skrbno izbiramo dobavitelje, s katerimi želimo sodelovati daljše obdobje. Kriza v tekstilni industriji se pri nekaterih dobaviteljih oziroma proizvajalcih odraža tudi v kolekcijah. Posle sklepamo namreč pol leta pred začetkom prodajne sezone, zato je riziko toliko večji, saj sta v tekstilni branži le dve prodajni sezoni "pomlad - poletje" in jesen - zima".

Veliko pozornosti namenjam razvoju informacijskega sistema, za katerega lahko rečem, da dobro deluje saj zagotavlja dnevne podatke o poslovanju družbe, ki jo vodim. Lahko rečem, da brez tega ni mogoče hitro ukrepati tako na področju zaloga kot drugih segmentih upravljanja.



Naš načrtovani razvoj bo torej temeljil na pridobivanju novih prodajnih prostorov. Prihodek naj bi se v prihodnjih treh oziroma petih letih povečal za trikrat. V začrtano poslovno strategijo so vpeta tudi razmišljanja o sodelavcih, zaposlenih, delničarjih in kupcih, saj le ob njihovem zadovoljstvu lahko računam, da bo cilj dosežen. Vsem iskreno želim vesele božične praznike ter veliko zdravja in poslovnih uspehov v letu 1997.

Janez Tavčar, M-KŽK Kmetijstvo Kranj



Leto 2000 v družbi M-KŽK Kranj pričakujemo skladno s ciljno podjetniško usmeritvijo v letu 1990, ko smo bili kot preostanek KŽK Gorenjske prisiljeni poiskati in si izboriti svoj nadaljnji obstoj. Tri leta trajajoči sanacijski in varčevalni program smo leta 1993 realizirali. Odrekanja in naporji so bili veliki, za kar gre priznanje veliki večini naših delavk in delavcev. Že v sanacijskem programu in tudi kasneje smo določili poslovno strategijo, da bomo razvijali podjetje na tistih programskih usmeritvah, ki so v danih gospodarskih razmerah rentabilne, z najmanjšimi dodatnimi finančnimi vložki. Žal so naša podjetniška razmišljanja in ukrepe skoraj ohromili tranzicijski zakoni kot npr. denacionalizacija, lastninsko preoblikovanje, poddržavljenje kmetijskih zemljišč, itd. Ogromna sredstva, ki smo jih v zadnjih 35 letih (ca. 16 mio DEM) vlagali v nakup in izboljšanje kmetijskih zemljišč, so bila izničena ter izven funkcije možnega razvoja podjetja. Podjetniška vizija družbe je morala praktično čez noč dobiti nov smisel in to v naših dosedanjih stranskih dejavnostih kot so: cvetličarstvo, kmetijske storitve in trgovina, proizvodnja krmnih mešanic in biotehnoške raziskave. Ta usmeritev je vsebinsko pomenila povezavo dosedanjega strukturnega in funkcijskega sestava družbe, z novo podjetniško usmeritvijo ob minimalno spremenjeni tehnično-tehnološki in kadrovske sestavi.

Dosedanji nekajletni finančni rezultati poslovanja v luči nove podjetniške strategije podjetja kažejo na pravilno usmeritev. Slabša stran naše poslovne strategije je edino v tem, da je finančno premalo podprta in prepočasna. Preobrazba družbe se financira izključno iz amortizacije ob predpostavki, da kmetijstvo, kot še vedno prevladujoča dejavnost podjetja, že nekaj let posluje na robu rentabilnosti, letos že celo z izgubo.

V družbi M-KŽK Kmetijstvo nismo nikdar pričakovali neposredne pomoči Poslovnega sistema Mercator ali države. Že od vključitve v Mercator leta 1985 želimo v njem uveljaviti le prodajno funkcijo. To nam še do danes ni uspelo.

V naslednjih letih do leta 2000 od Poslovnega sistema Mercator kot formalnega 100% lastnika želimo konstruktivno, tudi finančno podprto (kredit, reinvestiranje dobička) sodelovanje pri prestrukturiranju in razvoju naše družbe. Koncept prestrukturiranja in ohranitve podjetja ter s tem tudi ohranitev potencialnih 200 delovnih mest in poslovanje z najmanj minimalnim dobičkom smo v M-KŽK odločno namenjeni uresničiti. Najprej seveda v okviru Mercatorja, kar bi nedvomno v finančnem smislu koristilo obema. Če pa vodstvo Mercatorja ne bo imelo posluha in volje za sočasen in nujen razvoj koncernovih proizvodnih družb, med drugimi tudi naše, ki je še vedno pretežno kmetijska, pa je uresničevanje obstanka in razvoja, žal potrebno iskati izven Mercatorja."

Janez Žlindra, Mercator-KG Kočevje



"S prenovno Mesarije smo končali desetletni razvojni program kmetijstva v naši družbi in tako že postavili osnove za delovanje do leta 2000. Naše vodilo je, da mora imeti Kmetijsko gospodarstvo Kočevje obliko in vsebino velike večdružinske kmetije turističnega tipa, ki pridela in predela vse v slogu "od njive do mize". Še naprej se bomo ukvarjali s proizvodnjo mleka, rejo plemenske živine in pitanega goveda, prašičev in ovac, pridelovali krmo na kmetijskih površinah, trg oskrbovali s svežim mesom in mesnimi izdelki, zelenjavo, gobami ... Z vsem kar počnemo se lahko merimo z Evropo. Imamo dovolj znanja, dosegamo vrhunske rezultate v proizvodnji in produktivnosti. Tovrstne dosežke bi morala podpirati tudi država z zrelo politiko cen in subvencij. Če bi poslovali pod evropskimi pogoji, bi poslovali z dobičkom. To dejstvo bi moral pravilno razumeti tudi lastnik - Poslovni sistem Mercator. Če bo ta zahteval odvod sredstev za dividende, bo podjetje zapeljal v stečaj. Nujno bo treba spremeniti državno politiko. V Mercatorju pa bi lahko storili več na področju prodaje in plasmaja izdelkov lastnih družb. Trdim, da krog od njive do mize lahko velja tudi za krog proizvodnja - predelava - prodaja. Kako si v Mercator-KG Kočevje zamišljamo življenje in delo do leta 2000? Glede na dosedanje poglede uprave smo prepričani, da nas bo Mercator izločil iz svojega sestava kot nedobičkanosno družbo in se tako razbremenil. V tržnem gospodarstvu je to logična poteza. Zato bomo morali vso težo eksistence nositi in zdržati predvsem zaposleni v družbi kot njeni pravi lastniki. Skratka, obnašati se bomo morali kot vsi slovenski kmetje, ki jim kruh v veliki meri reže država. Pričakujemo, da bo država oblikovala dolgoročno politiko v kmetijstvu, želimo zadržati svojo sedanjo obliko organiziranosti, pri tem pa odpiramo vrata za vstop vseh kmetov in nekmetov s Kočevske. Čudežev ne znamo delati, znamo pa pošteno delati.

Vsem poslovnim partnerjem želim vesele božične praznike in srečno novo leto 1997."

PILOTI IN POSLOVNEŽI SE CENIJO PO ZADNJEM PRISTANKU

Saša Geržina, diplomirani ekonomist je član Mercatorjeve uprave, odgovoren za področje trgovine in trženja. V Mercator je prišel v času, ko je bila reorganizacija trgovine dejstvo, zapisano zgolj v debelih knjigah.



Saša Geržina,
član Mercatorjeve
uprave, podpredsednik
za trgovino in trženje

Leto dni ste v Mercatorju, ste član njegove uprave. Za vami je poslovna in diplomatska kariera. Predstavite prosim, tisti del svoje poti, ki je bila po vaši presoji najbolj uspešna.

"Človek se tako zasebno kot poslovno znajde v različnih okoljih. Srečuje se s problemi, zadovoljstvom, srečo. Vsa okolje, v katerem sem deloval bodisi kot poslovnež bodisi kot diplomat, mi je delo nekaj od tega. Sam pa sem vsako svoje delo vedno jemal resno, odgovorno, profesionalno. Zaradi tega ne bi vrednotenju nobenega od dosedanjih obdobj in delovnih področij dal izrazite prednosti. Prav tako pa še ni prišel čas, da bi delal sklepn račun o svoji delovni poti. Poslovneži in piloti se sodijo po zadnjem pristanku, pravijo.

Diplomat sem postal zaradi spleta okoliščin. V času slovenske osamosvojitve je Slovenija potrebovala človeka, ki je poznal deželo z drugačnim ritmom razmišljanja, drugačno miselnostjo in s povsem drugačnim ritmom odločanja, vendar svetovno velesilo in za Slovenijo pomem-

bno partnerico. K odločitvi me je spodbudilo tudi iskreno domoljubje. Tako za poslovno kot diplomatsko sfero velja jo določene značilnosti, ki se kažejo v tem, da se v diplomaciji na ravni veleposlanikov neposredno ne odloča veliko saj so "sive eminence" in dejavnik časa ni posebej vpliven. Medtem, ko je v dogajanju v poslovnem svetu najpomembnejši dejavnik trenutek. Menedžerji sprejemajo odločitve, jih sprovajajo in se z njimi identificirajo. Za obe kategoriji ljudi, s katerimi je povezana moja kariera pa velja, da morajo biti realisti in vizionarji, sicer niso uspešni."

Ko ste Mercator opazovali od zunaj, kako ste ga ocenjevali in kaj vas je najbolj motiviralo, da ste se zanj odločili?

"Za vrnitev v Slovenijo sem se odločil iz osebnih, bolj družinskih razlogov. Ponudb za zaposlitev tako v državni upravi kot v gospodarstvu sem imel nekaj. Motiv, zakaj sem izbral prav Mercator, je zelo enostaven. Mercator je podjetje z izrednim potencialom. Je vseslovensko podjetje,

tesno vpeto v nacionalno gospodarstvo in povezano z vsakdanjim življenjskim utripom. Je podjetje, v katerem sem lahko ustvarjal. Tako bi najbolj enostavno pojasnil svojo odločitev."

So pričakovanja izpolnjena?

"Našel sem izredno spretno zgrajen oziroma postavljen gospodarski sistem, ki je čas razpadanja drugih sistemov izrazil za svojo poslovno in lastninsko konsolidacijo ter notranjo trdnost. Ob tem so se nakopičili tudi problemi, njihovo reševanje je sedaj nuja, saj gre za problem donosnosti in odgovornosti do upravljanja s premoženjem delničarjev."

Na katerih dejstvih in argumentih temelji reorganizacija Mercatorjeve trgovine? Kakšna je vaša vloga v dopolnjevanju osnovnega koncepta?

"Največ, gotovo več kot 90 odstotkov svojega časa posvečam trgovini. Že prej sem dejal, da je Mercator izredno spretno izrazil čas in okoliščine za svoje organizacijsko in lastninsko oblikovanje, toda sedaj je prišel čas, ko se mora koncern konsolidirati na drugačnih osnovah in prerasti v moderno in racionalno organizirano trgovsko družbo. Zadružno organizirana Mercatorjeva trgovina z zelo ozko in poceni krovno organizacijo se je zliila v koncern s podvojeno režijo, z neenotnim informacijskim sistemom, z maloprodajno mrežo, ki ni rasla na osnovi tržnih možnosti (je nasledek integracij) ter z ljudmi različne mislenosti. Če temu stanju rečem slabost, moram na drugi strani iskreno poudariti tudi njegovo žlahtno komponento, ki se je v sistemu zavestno vzgajala in negovala vrsto let - pripadnost. Ta je v srcu vseh Mercatorjevcev in je glavni element, na katerem gradimo prihodnost."

Formalnim vidikom reorganizacije se nisem posebej posvečal. Pri reorganizaciji dajem prednost poslovnemu vidiku in učinkom. Gre za odnose z dobavitelji, pri katerih smo uveljavili prednost solidnega in zanesljivega plačnika - učinki so merljivi in pomembni; odprli smo vprašanje cenovne konkurenčnosti in nanj odgovorili s projektom pomlajenih in prijaznih cen. Področje cen bo moč resneje in temeljiteje obravnavati, ko bomo dorekli veleprodajno funkcijo in spremenili način "graditve" cen, saj moramo na cenovno občutljivost slovenskega potrošnika odreagirati v najkrajšem času. Seveda vsaka reorganizacija za seboj potegne tudi ljudi, vpliva na njihov položaj in na novo situacijo se vsak odziva različno. Trudil sem se, da v mojem neposrednem delovnem okolju sodelavci sprememb ne bi

občutili kot razvrednotenja njihovega dosedanjega dela."

Kaj v sedanjem trenutku Mercatorjevi trgovini jemlje sapo?

"Mercator je nastajal v določenih družbenih okoliščinah in posledice tega imajo v tržnih razmerah povsem drugačno dimenzijo. To naj ne izzveni kot kritika, temveč sprejmi-mo to kot dejstvo, ki mu je treba pogledati v obraz. Prenizka donosnost trgovin, neenoten in zato neučinkovit informacijski sistem na področju blagovnega poslovanja, neenotno organizirana komercialna služba, previsok delež režijskega, komercialnega in administrativnega kadra, neugodno razmerje med stalnimi in gibljivimi sredstvi, v manjši meri nelikvidnost."

Kako iz zadreg?

"Mercator je nastajal v določenih družbenih okoliščinah in posledice tega imajo v tržnih razmerah povsem drugačno dimenzijo. To naj ne izzveni kot kritika, temveč sprejmi-mo to kot dejstvo, ki mu je treba pogledati v obraz. Prenizka donosnost trgovin, neenoten in zato neučinkovit informacijski sistem na področju blagovnega poslovanja, neenotno organizirana komercialna služba, previsok delež režijskega, komercialnega in administrativnega kadra, neugodno razmerje med stalnimi in gibljivimi sredstvi, v manjši meri nelikvidnost."

"Ukreпали smo že v letu 1996. Dosegli smo povečanje nabavnih kondicij in uskladili prodajne cene s konkurenco. Da bi stanje naredili preglednejše, so bili potrebni tudi organizacijski ukrepi. Tako se z ekonomiko poslovanja maloprodaje ukvarja poseben sektor, katerega osrednja naloga je očistiti maloprodajno mrežo ter povečati donosnost maloprodaje, vzpostavljena je enotna analitična informatika. Pri veleprodaji dosegamo razpolovitev rizičnih terjatev, investicije se obravnavajo selektivno, dosegli smo primernejše razmerje med stroški dela in prometom, pretežno centralizirali uvoz in še kaj bi lahko dodal."

V letu 1997 pa je osrednja in prvenstvena naloga postavitev enotnega in skupnega informacijskega sistema. Zanj ne iščimo odgovorov v znanstvenih študijah, uresničljivih v nekaj

letih, bodimo pragmatični in uporabimo znanja in spoznanja, ki se drugje že s pridom uporabljajo. Drugo osrednjo nalogo vidim v reorganizaciji komercialne službe. Ta mora od sedanje tristopenjske preiti v enotno službo z jasno razdeljenimi nalogami na področju nabave. Pri tem je ključnega pomena, da se ta služba preusmeri od zbiralca rabatov in superrabatov v službo, ki bo na police pripeljala najbolj iskano, prodajano, cenovno in kakovostno ustrezno blago. Ljudje, ki delajo v maloprodajnih enotah, to velja predvsem za vodilne ekipe, se morajo osredotočiti na delo "v živo", to je na neposreden stik s prodajalnami, prodajalci in kupci. Tu je jedro njihovega delovanja, od tu se črpajo ideje in spoznanja za izvedbo filozofije "kupec je kralj", tu je vir informacij o obnašanju okolja in konkurence.

Doseči moramo, da bo povratno informiranje tistih, ki pred-

stavljajo servis maloprodaje eden najpomembnejših elementov vsakdanjega dela. Grosisti morajo med tema dvema poloma najti najbolj racionalne in učinkovite oskrbne poti. To ne pomeni, da od njih zahtevamo odličnost le v logistični podpori maloprodaji, od njih pričakujemo tudi aktivno in kooperativno sodelovanje pri oblikovanju celovite ponudbe izdelkov in cen. Na drugih temeljih mora biti zasnovana tudi njihova prodaja zunanjim kupcem. Z njo naj bi v Mercator pritegnili sloj kupcev, jutri potencialnih franšizerjev ali trdnih stalnih, lojalnih kupcev. Dosledno vztrajanje na zavarovanju plačil ne pomeni restrikcije eksterne prodaje, temveč selektivnost. Nad vsem skupaj mora bedeti majhna in strokovna skupina, ki bo skrbela za usklajenost, spodbujanje in vrednotenje delovanja sprege maloprodaje - veleprodaje in seveda nad doseganjem dobička v celotni dejavnosti."

Omenjeno ima tudi organizacijske in kadrovske dimenzije. Kakšne?

"Prav gotovo. Vendar bi v odgovoru rad dal prednost kadrovski dimenziji. Pripadnost zaposlenih podjetju je ena največjih Mercatorjevih vrednot in te dragocenosti ne sme načeti noben kadrovski poseg. Zato bo kadrovska prenova eden najbolj občutljivih posegov in najti bomo morali pravilno razmerje med mladimi silami in ljudmi oziroma generacijo, ki je strpno, disciplinirano in s pripadnostjo gradila Mercator. S pomlajevanjem ne prizadenimo nikogar iz svoje generacije, vendar pa moramo mladim in šolanim ljudem dati priložnost. Ti naj se dokažejo z delom, z odnosom do sodelavcev in z odnosom do podjetja. Reorganizacije oziroma reforme niso suhi matematični modeli, so ljudje. Brez njihovega aktivnega in pozitivnega sprejemanja sprememb, so reorganizacije sprejete kot nasilje, kot podcenjevanje in razvrednotenje opravljenega dela, uspeh pa v primerjavi z v spremembe vloženim naporom, jalov."

Z gradnjo novih tipov trgovin in s prestrukturiranjem obstoječe maloprodajne mreže ter s preusmeritvijo v pretežnega trgovca z živili, Mercator namerava osvojiti še dodatni delež tržne pogače. Koliko je sploh še tržnega prostora v Sloveniji in katere so osnovne značilnosti Mercatorjeve poteze?

"Mercatorjeva maloprodajna mreža je pod drobnogledom svojih in tujih strokovnjakov pokazala kar nekaj reber. Organizacijskih, strukturalnih in finančnih. Odločitev za status quo bi pomenila nezadržno pot navzdol. Ker pa imamo v primerjavi z domačo in tujo konkurenco le nekaj časovne in pozicijske prednosti, je treba oboje izkoristiti s

"Mercatorjeva maloprodajna mreža je pod drobnogledom svojih in tujih strokovnjakov pokazala kar nekaj reber. Organizacijskih, strukturalnih in finančnih. Odločitev za status quo bi pomenila nezadržno pot navzdol. Ker pa imamo v primerjavi z domačo in tujo konkurenco le nekaj časovne in pozicijske prednosti, je treba oboje izkoristiti s sinergijo, ki jo Mercator zmora. Podatki kažejo, da imamo v svoji sestavi odločno preveč nedonosnih in premajhnih trgovin, da je donosnost skoncentrirana na trgovine, večje od 250 kvadratnih metrov, da pa je razen nekaj svetlih izjem, precej prodajnega prostora tehnološko zastarelega in programsko preveč razpršene-ga."

sinergijo, ki jo Mercator zmora. Podatki kažejo, da imamo v svoji sestavi odločno preveč nedonosnih in premajhnih trgovin, da je donosnost skoncentrirana na trgovine, večje od 250 kvadratnih metrov, da pa je razen nekaj svetlih izjem, precej prodajnega prostora tehnološko zastarelega in programsko preveč razpršene-ga. Torej bo vse Mercatorjevo delovanje usmerjeno v čiščenje maloprodajne mreže v tej smeri, da bodisi oddamo v franšizo ali v najem, kako drugače preusmerimo ali celo zapremo med 190 in 200 nedonosnih, majhnih ali drugače poslovno nazanimivih trgovin. Da tehnološko in programsko posodobimo jedro trgovin - supermarketov, razvijemo in zgradimo verigo hipermarketov in nakupovalnih centrov. Ob tem pa opravimo delitev dela med živilsko trgovino, trgovino stehničnimi

izdelki, trgovino s tekstilom, pohištvo in drugim blagom, ki ne sodi v skupino živil in izdelkov za dnevno rabo. To istočasno zahteva že prej omenjeno spremembo organizacije in vsebine dela tako nabavne kot veleprodajne funkcije ter seveda naložbeni oziroma razvojni kapital. Posebno poglavje pomeni nadaljnji tretma zalog in terjatev ter zunanjetrgovinske dejavnosti. Za vse te poteze posegi v sedanjo statusno organiziranost niso potrebni, potrebno je le, da trgovske družbe funkcionirajo kot uglašen orkester. Razumljivo je, da je treba poseči tudi na stroškovno plat.

Glede tržnega prostora, ki je v Sloveniji še na voljo, obstojajo študije, ki smo jih uporabili kot podlago za sestavo poslovnega načrta do leta 2000. Od tod izhajajo Mercatorjevi naložbeni načrti, ki bodo, vsaj tako sem prepričan, podprti s sredstvi Evropske banke za obnovo in razvoj. Vse je v naših rokah in razvojne priložnost ne kaže odlagati ali jo kako drugače "razfrčkati". Ne skrivam, da tako velikega naložbenega zalogaja in še bolj vračanja posojila, ne sprejemam brez strahu. Toda od te bojazni je močnejša odgovornost za to, da bo Mercator v vseh pogledih stal na vrhu slovenske trgovine in pripravljen dočakal evropski val."

Sodeč po nekaterih bolj ali manj javnih komentarjih, ki prihajajo iz Mercatorjevih vrst, na Mercatorjev trgovski vzpon ne gledamo vsi enako ali pa z enako mero optimizma. Za ta vzpon naj bi s premoženjem jamčile tudi vse netrgovske družbe, ki v tem vidijo odločno zapiranje vrat svojemu razvoju. Vaš komentar?

"Na prvi pogled je zadeva res taka kot pravite. Toda v prvi vrsti so za udejanjanje Mercatorja moje dežele, če govorim v prisposobi, odgovorni trgovci in ljudje v trgovskih

družbah. Drugi bodo vstopili le, če bo potrebno. Normalno je, da kreditodajalcu zagotovimo zahtevana jamstva, obenem pa storimo vse, da "žrtev" kot jih navajate, ne bo. Načinov in poti je veliko."

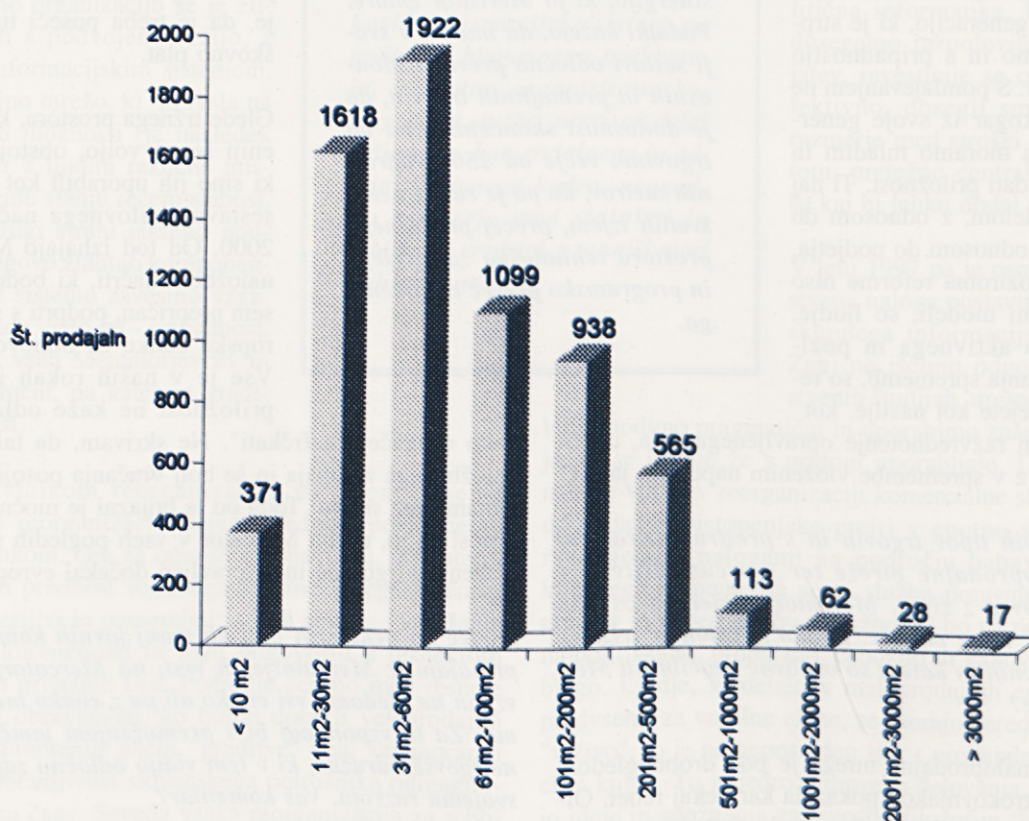
V tem pogovoru ste večkrat poudarili ljudi, njihovo pripadnost Mercatorju. Gre za pripadnost drugačnemu Mercatorju. Do novosti smo nezaupljivi, še zlasti, če se ob njihovem agresivnem ali površnem poudarjanju, počutimo odrinjeni in zanemarjeni.

"Pri tako velikih novogradnjah kot bi simbolično lahko rekel Mercatorjevemu prestrukturiranju, je nujno, da ljudje jasno in najmanj srednjeročno vidijo, razumejo in sprejmejo svojo novo vlogo, se z njo identificirajo in jo aktivno udeležujejo. Mercatorjevo prenovno je treba vzeti kot izziv, postati mora cilj vsakega med nami. Pa naj gre za njene vodilne nosilce ali pa sleherno prodajalko in prodajalca. Zlasti slednji morajo biti prepričani, da le organizacijsko, tehnološko, programsko sodoben, moderen Mercator tudi njim prinaša večjo socialno varnost in zadovoljstvo z delovnim okoljem,

poslovno in prostorsko primerljivim z Evropo. Le v prihodnost novega Mercatorja prepričani sodelavci so lahko v odnosu do kupcev nosilci ugleda, moči in vsesplošne odprtosti Mercatorja. V vseh mnenjskih raziskavah prav zaposleni v Mercatorju zasedajo prvo mesto na lestvici vrednot, ki jih Mercator ponuja kupcem. Hvaležen sem vsem in vsakemu Mercatorjevemu delavcu, ki je prispeval svoj delež, da je Mercator, zaradi reorganizacije težko leto 1996, preživel brez hujših stresov. Zato sem prepričan, da so prvo bitko za nov Mercator izbojevali ljudje. In prepričan sem, v vojni za vrh v slovenski trgovini, bomo zmagovalci Mercatorjevci. Miren in lep Božič voščim. Novo leto začnimo z vedrino in optimizmom, z medsebojnim razumevanjem in spoštovanjem v delovnem okolju, s srečo in ljubeznijo pri domačih ognjiščih. Izpolnimo svoje človeško poslanstvo po svojih najboljših močeh. Srečni in zdravi dočakajmo leto 1998. Leto, ko bo temelje novega Mercatorja varovala tudi streha."

Pogovarjala sem se Vesna Bleiweis

ŠTEVILO IN VELIKOST TRGOVIN V SLOVENIJI



Vir: Statistični letopis Slovenije 1995



TUDI KRPAN SI JE VZEL ČAS ZA PREMISLEK

V zvezi z Mesninami dežele Kranjske se zgodba o Krpanu, ki se je imel spopasti z Brdavsom, ponuja sama sama od sebe. Preden je Dunaj odrešil strašne zgube - Brdavs, je kar nekaj časa izbiral orožje in prehodil vse cesarjeve hleve. S svojo izbiro je dvor spravil v slabo voljo, toda Brdavs je pokončal.

Mesnina dežele Kranjske - družba, ki je ob koncu lanskega leta nastala s spojitvijo Tovarne mesnih izdelkov iz Ljubljane in Mesne industrije iz Škofje Loke, je začela s slabo popotnico. Ljubljancani so leto 1995 končali tik nad rdečimi številkami, Ločani pa so bili v njih globoko. Sanacije se je lotila nova vodilna ekipa. Ni uspela. Izguba je v slabe pol leta narasla še za 242 milijonov tolarjev. Izpolnitev zahteva sanacijskega programa, da se tekoče poslovanje premakne v pozitivno smer, se je odmaknila.

Spet nova vodilna ekipa sprejme izziv in se zadeve loti še enkrat. Prva domača naloga novega vodstva: umiriti situacijo, jo narediti pregledno, opredeliti žarišča največje izgube in ukrepati na vseh ravneh poslovanja in organiziranosti.

Anton Zorc je direktor Mesnin dežele Kranjske od letošnjega junija. Postati prvi človek v firmi, ki jo včasih bolj naglas, včasih bolj tiho vsi odpisujejo, je zanj izziv posebne vrste. "Situacije se ne smeš ustrašiti. Številke je treba rangirati s trezno glavo in glede na to odkod izvirajo, ravnati postopno in premišljeno. V vodilni ekipi je treba vzpostaviti ustvarjalno klimo, usklajenost in optimistični način razmišljanja ter vse to prenesti na ostale sodelavce. Doseči je treba konsenz o tem, da se črni prihodnosti ne damo. Ne vodilna ekipa, ne tisti, ki špili klobase. Za to, da bomo voz, ki drvi navzdol ustavili in ga s skupnimi močmi začeli potiskati navzgor, smo odgovorni vsi. Le stopnja odgovornosti je različna. Neprijetnim ukrepom kot so zmanjševanje števila zaposlenih, zniževanje plač, odpoved regresu in drugim, ki neposredno prizadenejo delavce, se ne da izogniti. Do konca leta bo v Mesninah dežele Kranjske zaposlenih le še 445 delavcev (od 600 na začetku leta). Trajno presežnim delavcem so bile in bodo zagotovljene vse pravice, ki jim gredo iz tega naslova. Zmanjšanje števila zaposlenih bomo dosegli tudi s spremenjenim statusom obstoječe maloprodajne mreže. Popolnoma razsut informacijski sistem je bilo treba rekonstruirati tako, da smo si znova lahko pogledali v jetra. Ugotovili smo, da je bila cela vrsta podatkov o blagovnih tokovih v eni in drugi hiši leglo zmede in neskladja s finančnimi tokovi."

"Lastno maloprodajno mrežo - imamo še 47 trgovin, bomo oddali v franšizo. Vse trgovine bomo ponudili poslovojem in zaposlenim. Če med njimi ne bo interesa bomo enoto z javnim razpisom ponudili drugim, jo prodali ali pa zapr-

li. Lastnim ljudem ponujamo franšizo pod pogoji, ki omogočajo preživetje in podjetnim zanesljivo tudi razvoj. Nadomestilo za odstop tržišča je odvisno od lokacije trgovine, vsi prevzemniki so se dolžni oskrbovati pri Mesninah najmanj v tolikšnih količinah, kolikor je znašal povprečni odjem v zadnjem letu. Pogodba se razdre, če odjem v treh mesecih pade pod 90 % dogovorjenega. To je ena od razbremenitev čiste proizvodnopedelovalne dejavnosti, ki bo udejanjena še pred koncem letošnjega leta. Loška hladilnica v celoti služi storitvenemu skladiščenju in hlajenju. Vsa predelava je skoncentrirana v Ljubljani, v Škofji Loki pa je le čista klavniška dejavnost."

"Prej sem dejal, da smo številke naredili pregledne in ukrepali na vseh ravneh. Rezultat ni izostal - od junija do septembra v tekočem poslovanju še zaznavamo izgubo povprečno 4,2 milijona tolarjev na mesec, oktobra pa smo prvič ugotovili dobiček - 17 milijonov smo ga našli. Ni veliko, toda je prvi dokaz, da smo se sposobni prebiti do pozitivnega tekočega poslovanja. V tem trenutku sta nam za nadaljevanje pozitivnih trendov potrebna mir pri uresničevanju ukrepov in strpnost lastnika v tem smislu, da časovno odmakne pritisk na likvidacijo družbe. Prav ta pritisk v tem trenutku utegne delovati kontraproduktivno - v negotovosti bodo dobri kadri odhajali, firma se bo siromašila in na koncu drugega izhoda kot likvidacija ne bo. V družbi smo se vsak hip pripravljeni soočiti z najstrožjo notranjo revizijo, ki naj odigra vlogo nepristranskega ocenjevalca. Na tehtnico je treba dati ceno likvidacije in ceno nadaljevanja. Na moji strani zanesljivo pretehta nadaljevanje, ker verjamem, da smo se sposobni prebiti. Če tega ne bi verjel, bi že zelo hitro po imenovanju za direktorja, sam od sebe dvignil roke in pogorišče prepustil nasledniku in lastniku."

"Nova blagovna znamka oziroma novo ime družbe je sestavni del marketinške strategije. S Krpanom označeni izdelki si utirajo pot na trg, njihovo kakovost in raznovrstnost kupci dobro sprejemajo. Z likvidacijo bi dokajšnji tržni delež Mesnin dežele Kranjske najceneje prepustili konkurenci."

Kako se bo zgodba o Krpanu iz Mesarske ulice končala, še ne vemo. Onemu z Vrha pri Sveti Trojici je cesar kislega obraza zaželel srečno pot, minister Gregor pa nič.



Anton Zorc

V SREDIŠČU SLAVNE LUKARIJE

Med letošnjimi zadnjimi pomembnejšimi naložbami družbe Mercator SVS je gotovo prenova trgovine v Gorišnici, središču nekdanje slavne lukarije. Vas z nekaj sto dušami je že izgubila tipično podobo panonske vasi. Nizke hiše se nizajo le še ob glavni cesti, po kateri so lukarji nekdanje zaprtih vozovih daleč naokrog vozili svoj znameniti pridelek - luk, čebulo. Danes je Gorišnica naselje vzdrževanih starih in pretežno novih hiš z lepimi vrtovi. Po zunanjem videzu in urejenosti je moč sklepati, da v vasi vlada kar precejšnje blagostanje.

Staro vaško središče je trg pred cerkvijo, vendar se je okrog Mercatorjeve trgovine razvilo novo središče s pošto in banko.

Leta 1977 je bila v Gorišnici sezidana prva Mercatorjeva trgovina. Devetnajst let ni spremenila svoje podobe. V prvih dneh novembra so se Gorišničani v kar velikem številu zbrali in dočakali, da so se odprla vrata prenovljene trgovine. Mnogi, zlasti starejši krajan, so kar zazijali od presenečenja.

S skladiščnimi in prodajnimi površinami vred trgovina meri 490 kvadratnih metrov, prodajnemu prostoru je namenjenih 260. Osem prodajalk bo skrbelo, da na policah ne bo manjkalo niti eden od okoli 3.500 izdelkov, kolikor jih sodi v prodajni program. Železni program primestne trgovine sestavljajo predvsem živila, v zadnjem času se vse bolj poudarja prodaja sadja in zelenjave, delikatesnih in mlečnih izdelkov ter zamrznjenih živil. Tudi v Gorišnici je tako. Vendar so v trgovini našli prostor tudi izdelki, ki sodijo med vsakdanje gospodinjske pripomočke in tiste drobnarije, po katere pač ni smotrno hoditi v mesto.

V prenovi trgovine je družba Mercator SVS vložila 20 milijonov tolarjev. Vodstvo družbe je gorišniško trgovino zaradi vrste elementov, po katerih ugotavlja uspešnost maloprodajne trgovine na sploh, določilo kot standard uspešne maloprodajne enote. Torej je normalno pričakovati, da se bodo vložena sredstva v kratkem času rentirala.

Gorišniški malčki, postavljeni v zborček, so krajanom v dobrodošlico zapeli, postrojene prodajalke so se držale na moč resno in poslovodja **Slavko Kosi** je z nekoliko tresočo odklenil vhodna vrata. Ker svet stoji na mladih, se je v trgovino prvi vsul gorišniški drobiž. Za njim je vstopil gorišniški župan v spremstvu vodilnih delavcev družbe Mercator SVS. Zares živahno pa je postalo, ko so trgovino "okupirale" njene vsakdanje obiskovalke s cekarji. Ene so odhajale z veliko bolj polnimi kot običajno, druge so segle le po potrebnih stvareh. S polnim naročjem je izstopila starejša gospa. "Saj sem kupila samo kruh", je ganjeno dejala, pa so mi toliko podarili. V življenju mi še nihče ni ničesar podaril".

Bila je prvi kupec v prenovljeni gorišniški trgovini.





COPRNIJA ALI KAJ?

Profitni center Nanos je v letošnjem letu pomladil tolikšno število trgovin, da tudi prenove cerkniške blagovnice na zimo, ni moč šteti za coprnijo slavnih slivniških babur.

Kje so že časi, ko sta se Mercator in Cerknica ponašala z blagovnico, ki je imela tudi imenitno restavracijo. Če bi blagovnico obiskali dober mesec dni nazaj, bi gotovo zmajevali z glavo.

No, 28. novembra pa je že pokazala čisto novo podobo. Že dopoldne je dogajanje pred glavnim vhodom v trgovino Cerkničanom naznanjalo, da so prenovitvena dela končana in da bo blagovnica spet odprta.

Pritličje je preurejeno tako, da v sprednjem delu prodajajo konfekcijo, belo tehniko, akustiko, kozmetiko, steklo in porcelan, v zadnjem delu pa je urejena nova samopostrežba. Založena tako kot se spodobi za slavno mesto pod še bolj slavno Slivnico.

Trgovino so odprli dopoldne, uradno pa je bila v prisotnosti mnogih cerkniških in Mercatorjevih imenitnikov "izročena namenu" popoldne.

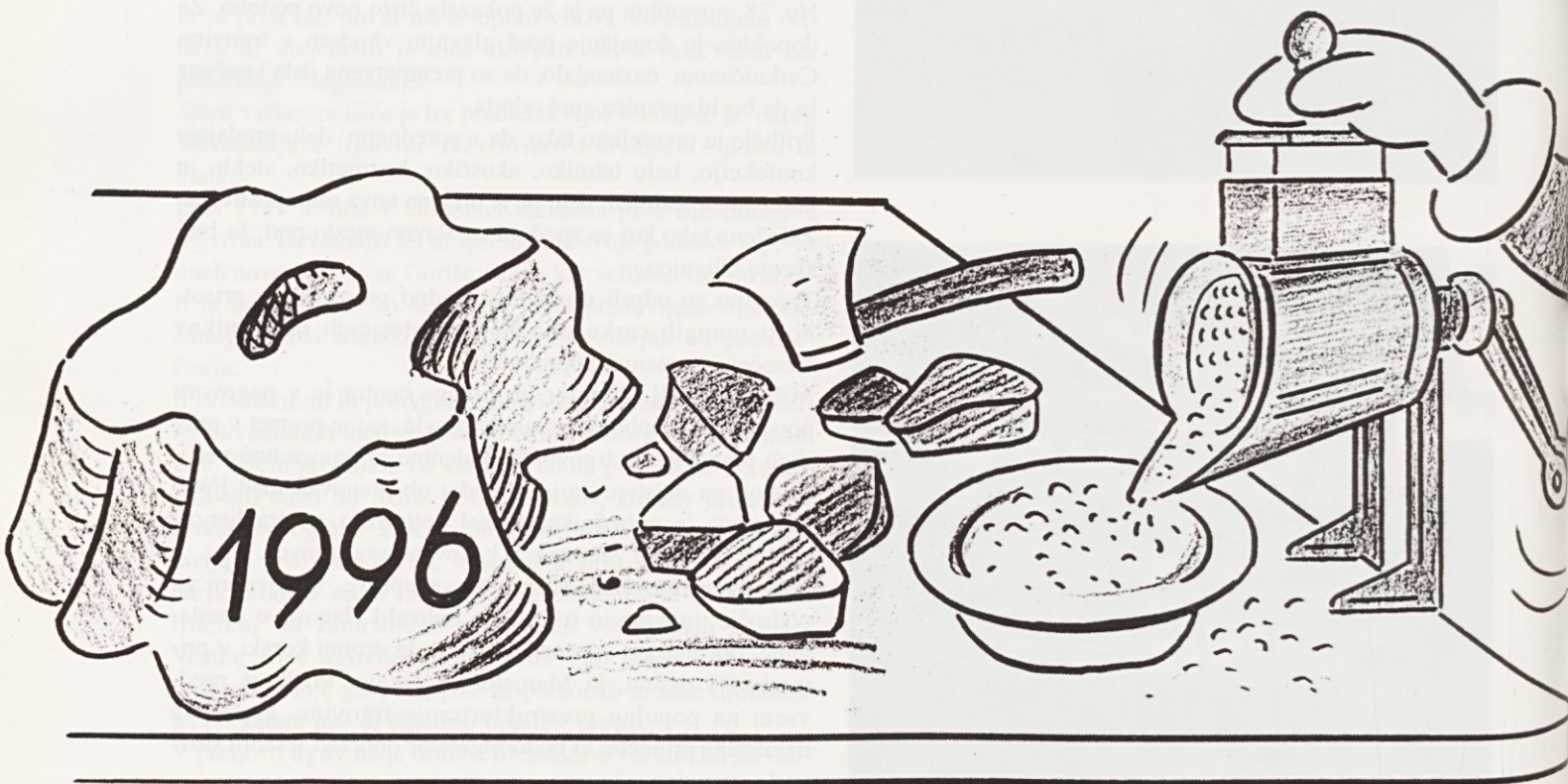
Milan Bajželj, direktor profitnega centra je v nagovoru poudaril pomembnost prenove trgovin, saj je promet v prav vseh prenovljenih trgovinah evidentno in pomembno večji. Še bolj pa dejstvo, da je direndaj ob prenovah med ljudi, zaposlene in potrošnike, vnesel optimizen, pripravljenost za dobro delo in zaupanje v kakovostnega trgovca.

Saša Geržina, član Mercatorjeve uprave, odgovoren za področje trgovine in trženja, je pohvalil Nanosovo pomlajenje, obenem pa opozoril, da so to le drobni koraki v primerjavi s tistimi, ki Mercator še čakajo. Misli je predvsem na popolno prestrukturiranje trgovine, na velike naložbene projekte, ki bodo Mercator obdržali v sedlu slovenske trgovine.

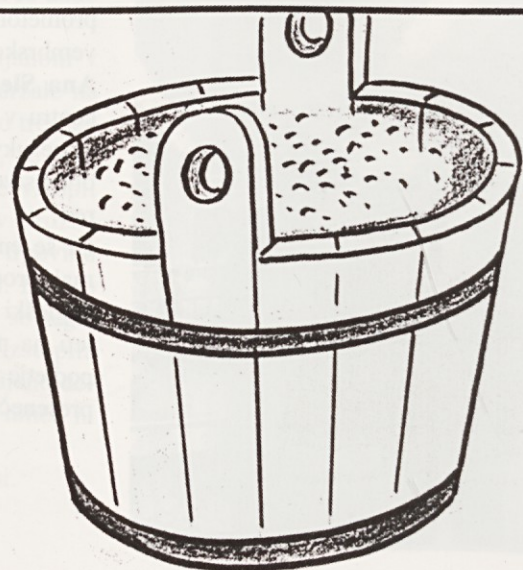
V Nanosu imajo zanimivo "štafeto". V njej sodelujejo posamezniki oziroma trgovine, ki se izkažejo z največjo rastjo prometa. Promet preteklega meseca se primerja s prometom istega meseca v preteklem letu. Dobitnika novembrske štafete - lično okvirjenega priznanja, sta gospa **Ana Slejko**, poslovodkinja enote Pohišstvo v Nakupnem centru v Postojni in komercialist gospod **Kristjan Sever**, ki se ukvarja s prodajo orodja. "Štafeto" jima je zbranim občinstvom izročil **Maks Strle**. Aplavz je bil iskren in buren.

Pa še ena zanimivost s cerkniške otvoritve: Mercatorjevo maloprodajno mrežo bodo pomagali prestrukturirati tudi angleški strokovnjaki, ki so pred nekaj več kot dvajsetimi leti na na noge postavljali Mercatorju podobno trgovsko podjetje ASDA. Ti so se udeležili otvoritve, nekaj njihovih presenečenih pogledov smo ujeli. Le zakaj?

NI ZA NA MIZO,
JE PA ZA
DROBTINE.



Peter
dec. 96



MERCATOR SVS, d.d. POD DROBNOGLEDOM

*Devetmesečni rezultati v okviru pričakovanih; bitka za letni dobiček še traja;
poslovno leto v znamenju intenzivnih prenov prodajaln.*

Plan prometa bo do konca leta dosežen

S prodajo trgovskega blaga je družba v devetih mesecih ustvarila okoli 20,5 mrd tolarjev prometa. Od tega skoraj 39 odstotkov v trgovini na debelo. V primerjavi z lanskim devetmesečnim obdobjem je promet nominalno višji le za 8,3%, realno pa nižji za 1%. Pri tem je potrebno poudariti, da so lanski podatki prilagojeni novi organizaciji družbe. Plan prometa je v družbi kot celoti dosežen z indeksom 99,2. Ocenjujemo, da go bo do konca leta mogoče izpolniti, če bo promet v zadnjem trimesečju vsaj za odstotek višji od prometa v tretjem trimesečju.

Profitni centri, ki se ukvarjajo s prodajo na drobno, dosejajo različno produktivnost, merjeno z ustvarjenim prometom na zaposlenega. Promet na zaposlenega v trgovini na drobno je v tem obdobju znašal okoli 1,5 mio tolarjev, najboljši profitni center je presegel to povprečje za 12 odstotkov, profitni center z najslabšo produktivnostjo pa je kar za 25 % zaostajal za povprečjem. Za dva profitna centra z najnižjo produktivnostjo je bil že na osnovi polletnih rezultatov sprejet sanacijski program, ki med drugimi ukrepi zahteva tudi ugotavljanje presežnih delavcev.

Profitni centri so pred reorganizacijo dosegali različne količnike obračanja zalog. V treh profitnih centrih so bili izjemno slabi. Pri načrtovanem količniku je za vse prihodkovne centre upoštevan približno enak standard potrebne obračanja zalog, odvisno od branže ter neto plačilnih pogojev. Načrtovani količnik zahteva 32 dnevno vezavo zalog, doseženi količniki pa kaže na 37 dnevno vezavo, kar ni zadovoljivo, čeprav glede na leto 1995 kot tudi na letošnje prvo polletje, ugotavljamo pozitivne premike. V maloprodajnih profitnih centrih, kjer ugotavljamo večja odstopanja od načrtovanih količnikov, že vse leto poteka čiščenje prodajnih programov in zmanjševanje zalog. Predvsem to počnemo v tekstilnih in tehničnih prodajalnah, kjer je potrebno velik del neidočih zalog zniževati tudi v breme poslovnega rezultata.

Razlike med profitnimi centri

Dosežena razlika v ceni je nižja od načrtovane. Delno zaradi nedoseganja načrtovane realizacije, v največji meri pa so vzroki naslednji: vpliv sezone na manjšo prodajo blaga z višjo stopnjo razlike v ceni (tekstil), večji delež prodaje izdelkov na osnovi trajno nizkih cen ter povečanje

deleža prodaje po grosističnih cenah v maloprodajnih centrih (nov prodajni center Potrošnja v PC Sloga ter drugi prodajni centri in samopostrežne prodajalne, ki oskrbujejo lokalne trgovce in gostince).

Konsolidirani **prihodki od prodaje** znašajo 13,5 milijard SIT. V primerjavi z načrtovanimi so doseženi z indeksom 96. V strukturi prihodkov je dobrih 98% ustvarjeno s prodajo trgovskega blaga in le slaba 2% s prodajo storitev.

Manj zaposlenih - učinki očitni v letu 1997

Stroški poslovanja so za 5% nižji od načrtovanih. V strukturi odpade 14% stroškov na stroške uprave in EOP ter 86 % na stroške prodaje. Pri vrednotenju deleža stroškov uprave je potrebno pojasniti, da zajemajo ti stroški celotno delovanje komercialnega sektorja, ker profitna centra MIP Detajl in Grosist nimata svojih komercialnih služb.

Popravki obratnih sredstev kot sorazmerno velikega stroška, so v okviru pričakovanih, saj so bile že v začetku leta znane nekatere slabe terjatve, ki so posledica slabih poslov iz preteklega leta. Stroški amortizacije nekoliko presegajo načrtovane. To je posledica hitrejša dinamike uresničevanja naložb predvsem v prenovi opreme trgovin.

Stroški dela so pod načrtovanimi. V strukturi teh stroškov so prekoračeni drugi stroški dela, kar je posledica izplačanih odpravnin v letošnjem letu. Ob koncu leta bo zaposlenih manj delavcev kot smo načrtovali. Povečano izplačilo odpravnin pričakujemo še v zadnjem trimesečju, za kar smo ustvarili potrebno rezervo. S tovrstnimi stroški računamo tudi v letu 1997. V tem letu bodo v večji meri že vidni učinki na področju produktivnosti. Stroški dela predstavljajo 62 % vseh stroškov poslovanja in so torej daleč največja stroškovna postavka.

Z znižanjem stroškov do dobička

Dobiček iz poslovanja je ustvarjen v višini 10,8 mio SIT. Je izključno rezultat obvladovanja stroškov, saj je družbi Mercator SVS kljub nižji rasti prihodkov in razlike v ceni ter visokem strošku odpravnin za presežne delavce, uspelo ustvariti pozitiven rezultat iz poslovanja.

Dobiček iz rednega delovanja je rezultat ustrezne poslovne in finančne politike, ki se odraža v zniževanju plačanih obresti kot posledici zmanjševanja kratkoročne zadol-



Samopostrežba CMDv Ptuj

ženosti in v povečanju neto prihodkov zaradi koriščenja kasaskontov.

Bruto dobiček znaša 119,6 mio SIT in je za 14% višji od načrtovanega za obračunsko obdobje januar - september ter bistveno večji od prvega polletja, ko je znašal 6,6 mio SIT.

Donos prodaje znaša slab odstotek. Zaostaja sicer za načrtovanim 1,5 odstotnim donosom, vendar se je bistveno izboljšal v primerjavi s prvim polletjem, ko je znašal donos le desetinko odstotka.

V primerjavi s poslovnim rezultatom prvega polletja se je izboljšal tudi **donos kapitala** in sicer od 0,1 na 1,2%. Ob normalnih pogojih poslovanja bo do konca leta mogoče doseči načrtovani donos.

V **bilanci stanja** so v primerjavi z letošnjim začetnim stanjem doseženi naslednji pozitivni premiki:

Na **premoženjski strani** se je:

- povečala vrednost osnovnih sredstev;
- znižalo stanje kratkoročnih terjatev iz poslovanja;

Na strani **kapitala**:

- povečan delež lastnega kapitala v celotnem kapitalu;
- znižan delež dolgoročnih obveznosti iz financiranja v celotnem kapitalu;
- znižan delež kratkoročnih obveznosti iz poslovanja;
- znižan delež kratkoročnih obveznosti iz financiranja.

Čisti denarni tok iz poslovanja znaša 993 mio SIT; po-
pravljeni denarni tok za naložbeno dejavnost znaša 348
mio SIT. Družba torej posluje s pozitivnim denarnim tokom
v celotni dejavnosti, kar je eden najpomembnejših kazal-
nikov uspešnega poslovanja.

O plačah

Konec septembra se je **število zaposlenih** v družbi zmanjšalo za 257 delavcev v primerjavi s stanjem v začetku leta. Do konca leta se bo število zaposlenih še zniževalo, predvsem v prodaji in režiji.

Izplačane bruto plače v devetih mesecih so pod načrtovanimi. Delno je to posledica ugotavljanja gibljivega dela plače na osnovi doseženih rezultatov za preteklo obračunsko obdobje, ko rezultati niso bili ugodni, delno pa zaradi znižanja števila zaposlenih, ki je preseglo načrtovano.

Povprečna bruto plača na delavca v družbi za obdobje januar-september je znašala 103.838 SIT. Povprečne plače med maloprodajnimi profitnimi centri se razlikujejo zaradi različne višine gibljivega dela plače, ki je odvisen od donosa prodaje.

Naložbe

Skupno z investicijami v teku so znašala **vlaganja v osnovna sredstva okoli 457 mio tolarjev**, kar pomeni preko 80% uresničenje načrtovanih vlaganj za leto 1996. Dobri dve tretjini investicij v osnovna sredstva se nanaša na zamenjavo opreme vključno s POS sistemi. V letošnjem letu ni bilo vlaganj v nove objekte, vlagali smo pretežno v pre-
novo maloprodajne mreže in pridobili dodatni prodajni prostor. Čeprav gre za kratko časovno obdobje, je že mogoče ugotoviti, da dosejajo prenovljene prodajalne večji promet oziroma prodajo. Povečanje prodaje v prenovljenih objektih je različno in se giblje od najmanj 6 do največ 79%



Drogerija in papirnica v Ormožu



Modna revija v radgonski trgovski hiši

(Potrošnja G. Radgona), v povprečju pa znaša povečanje okoli 30%. Investirali smo v vseh profitnih centrih. Vzporredno s prenovami je potekalo tudi prestrukturiranje prodajnih programov in čiščenje neidočih zalog, zlasti v neživilskih trgovinah. Tak pristop dejansko zagotavlja celovito prenovo v najširšem pomenu, vključno s kadrovskimi spremembami.

Po vrednosti in obsegu je največja naložba adaptacija samopostrežbe in bifeja v lenarški blagovnici. Poleg nove opreme je v trgovini instaliran tudi POS sistem.

Ostale investicije so bile:

- preureditev samopostrežne prodajalne Potrošnja v prodajni center v Gornji Radgoni in instalacija POS sistema;
- nakup poslovne zgradbe v Ormožu, adaptacija in oprema prodajaln Oprema, Drogerije in papirnice ter preureditev in oprema samopostrežbe v Ormožu z instalacijo POS sistema;
- adaptacija samopostrežbe v Lendavi, nakup opreme in instalacija POS sistema;

- nakup logistične opreme za PC Grosist;
 - adaptacija in zamenjava opreme v tekstilni prodajalni Oblačila v Ptuj, kar je bilo planirano že v letu 1995;
 - nakup denacionalizirane prodajalne Kovina v Ptuj, kar je bilo planirano že v letu 1995;
 - nakup opreme za oddelek Labod v Blagovnici v Ptuj;
 - adaptacija in zamenjava opreme v samopostrežbi in bifeju v Kidričevem;
 - adaptacija in nakup opreme za samopostrežbo CMD v Ptuj;
 - pričetek prenove in zamenjave opreme v samopostrežni prodajalni v Gorišnici;
 - prenova tekstilne trgovine Tkanina v Ormožu ter tekstilnega oddelka trgovske hiše v Gornji Radgoni;
 - adaptacija proizvodnih prostorov za potrebe Zaščite.
- V zaključni fazi je prenova Pepsi bara ter obnova trgovine v Petišovcih. S tem bo letni plan investicij izpolnjen.

Marjana Olstrak



Samopostrežba v Gorišnici

MERCATOR V LEPI, UREJENI IN ČISTI DEŽELI



"MOJA DEŽELA - LEPA, UREJENA IN ČISTA"

Mercator že tretje leto aktivno sodeluje v akciji Turistične zveze Slovenije "Moja dežela lepa, urejena in čista". V sklopu te akcije Mercator ocenjuje in izbere najboljše trgovine in gostinske lokale.

Ocenjevanje poteka po sprejetih pravilih oziroma merilih, ocenjuje pa posebna strokovna komisija, ki jo vodi gospod Ludvik Čampa. Po končanem ocenjevanju komisija pripravi sklepno poročilo in ugotovi rezultate akcije. Skupaj s Turistično zvezo jih slovesno razglasi. Slovesna razglasitev v času zaključevanja redakcije, še ni bila opravljena. Toda komisija nam je ljubeznivo dovolila, da objavimo rezultate oziroma zmagovalce v posameznih skupinah trgovin in gostinskih lokalov.

Zmagovalci

v ljubljanski regiji I:

- profitni center Grmada, samopostrežba Ceneta Štupar ja 2, Ljubljana, poslovođkinja Marija Rus;
- profitni center Golovec, prihodkovni center Zadobrova, Novo Polje c.XV/11, poslovođkinja Katica Lokar;
- profitni center Grmada, Delikatesa v Modni hiši v Ljubljani, poslovođkinja Ivica Vajdič;
- Mercator-Hotel Ilirija, bistro Ilirija, Ljubljana, poslovođja Janez Meglen;
- profitni center Savica, bife Ambrožev trg 10, Ljubljani, poslovođkinja Marija Murgec.

v ljubljanski regiji II:

- profitni center Dolomiti, samopostrežba Preskrba, Vrhnika, poslovođkinja Neža Merlak,
- profitni center Dolomiti, samopostrežba Trnovski pristan 2, Lj., poslovođkinja Milena Nagode,
- profitni center Dolomiti, Delikatesa, Trnovski pristan 2, Lj., poslovođja Metod Brodnik;
- profitni center Dolomiti, Tehnična trgovina, Trnovski pristan 2, Ljubljana, poslovođja Dušan-Marjan Tomšič.

v Prekmurju:

- profitni center Potrošnik, Blagovnica Lenart, poslovođkinja Ida Dajčman;
- profitni center Sloga, samopostrežba Marjanca, Gornja Radgona, poslovođja Jože Makovec;
- profitni center Potrošnik, Potrošnikov hram, Lenart, poslovođkinja Anica Žmavc;
- profitni center Sloga, bife in okrepčevalnica Marjanca, Gornja Radgona, poslovođja Vladimir Kravs;

- profitni center Potrošnik, Železnina, Lenart, poslovođja Marjan Zorec.

na Štajerskem

- profitni center Detajl, prodajni center Breg, Ptuj, poslovođja Danilo Kolarič;
- Modna hiša Maribor, PE Modiana Celje, poslovođja Miran Cafuta;
- profitni center Zarja, Oprema, Ormož, poslovođkinja Marija Horvat;

v Posavju

- profitni center Preskrba Krško, nakupovalni center, poslovođja Martin Godler;
- profitni center Sevnica, Sevnčanka, poslovođkinja Magda Medvešek;
- Mercator-Sremič, Pod Gorjanci, Kostanjevica, poslovođja Franci Župevc;
- Mercator- Sremič, Picerija Krško, poslovođkinja Ivanka Sajovec;

na Gorenjskem

- profitni center Savica, Vinjeta Bled, poslovođkinja Vida Zamida,
- profitni center Savica, tehnična trgovina Bohinjska Bistrica, poslovođja Franc Žvan

na Dolenjskem

- profitni center Standard Detajl, samopostrežba Kandija, poslovođja Alojz Šketa,
- profitni center Gradišče, samopostrežba Mirna, poslovođkinja Ksenija Turšič.

na Primorskem in Notranjskem

- profitni center Nanos, Blagovnica Postojna, poslovođkinja Ana Gorjanc;
- profitni center Nanos, Blagovnica Ajdovščina, poslovođja Zdenko Kravos;
- profitni center Nanos, market Postojna, Tržaška 2, poslovođkinja Marta Mihelj;
- Mercator-Degro, PE Tekstil Lucija, poslovođkinja Marija Marinovič;
- Mercator-Degro, restavracija Jagodje, poslovođja Erik Apat.

Zadnja vest:

Turistična zveza je na prireditvi 6. decembra v Slovenskih Konjicah posebna priznanja podelila: Mercatorjevi samopostrežbi in poslovođkinji Neži Merlak; Mercatorjevi delikatesi v Modni hiši v Ljubljani in poslovođkinji Ivici Vajdič; gostinskemu obratu Bistrotu Ilirija v Ljubljani in poslovođji Janezu Meglenu, specializirani tekstilni trgovini Modiana v Celju in poslovođji Miranu Cafuti. Čestitamo!

ZAKLJUČEN DESETLETNI RAZVOJNI PROGRAM

Konec oktobra so v Mercator-Kmetijskem gospodarstvu Kočevje odprli prenovljen in posodobljen obrat Mesarija. S tem je bil končan zadnji projekt iz 10-letnega razvojnega obdobja.



Žilindra odpira
Mesarijo

Pred desetimi leti sprejeta programska izhodišča v Mercator-Kmetijskem gospodarstvu ocenjujejo kot zelo pogumna in ambiciozna. Vanje je marsikdo dvomil in jih ocenjeval kot ne-realna. Toda, kočevskim zanesenjakom je uspelo, čeprav je marsikdaj kazalo, da se bodo morali celo umakniti. Sami priznavajo, da se je program razvoja podeželja družinskih kmetij v letu 1991 ustavil.

Je bil pa zato bolj poudarjen razvoj znotraj podjetja, ki ga označujejo z geslom "od njive do mize" oziroma s postavitvijo koncepta večdružinske kmetije turističnega tipa. S to razvojno miselnostjo je Mercator-Kmetijsko gospodarstvo ohranilo proizvodnjo, delovna mesta, predvsem pa je ohranilo znanje oziroma stroko.

Dosegajo strokovne in tehnološke rezultate, ki jih uvrščajo v slovenski vrh, pa tudi v zgornjo polovico dosežkov mnogo razvitejše Evrope. Ponosni so na urejenost in zunanjo podobo svoje "kmetije".

Intenzivna usmeritev v razvoj pode-

želja, ki se je kazala v pomoči pri postavljanju velikih in zaokroženih kmetij, je bila enako intenzivno usmerjena v posodabljanje mlečnih farm, izkoriščanje čistih energetskih virov in varovanje okolja, razvoj maloprodajnih enot in gostinsko turistične dejavnosti ter v tehnološko usposabljanje obstoječih objektov za proizvodnjo polžev, gob, gosi, jajc in gojitev zelenjave in cvetja. Posodobitve so bili deležni tudi mnogi infrastrukturni objekti. Tudi ljubitelji konjeniškega športa so prišli na svoj račun.

Mesarija je z deli, ki so bila končana konec novembra, dobila celovito tehnološko in prostorsko podobo. V desetih letih je bila prenovljena klavna linija, urejena nova izkoščičevalnica, urejen energetski voz, postavljena sodobna oprema za predelavo. V objektu, ki so ga odprli oktobra, so urejeni skladiščni prostori za sveže meso in mesne izdelke, hladilnice za izdelke, pakirnica, dimne in zorilne kometore, v katerih bodo zoreli trajni izdelki, tudi iz divjačine, ki bodo nosili zaščitno znamko Kočevske. Tako obrat Mesarije izpolnjuje vse veterinarsko sanitarne predpise, tehnološko zago-

taavlja visoko kakovostne izdelke.

**Iz besed direktorja Mercator-Kmetijskega gospodarstva Kočevje Jan-
eža Žilindre pa navajamo:**

"Ni nam bilo in nam ni z rožicami postlano. V obdobju po letu 1991 sta se na plečih kmetijcev lomila stari in novi sistem. Krivičen se nam zdi predvsem zakon o skladu kmetijskih zemljišč in gozdov. Ta je za Kočevsko škodljiv in nepotreben in ga je zato potrebno preklicati oziroma spremeniti. Ni prav, da zaposleni ne morejo postati pravi lastniki. Toda, kljub temu smo s kočevsko trmo in zdravo kmečko pametjo previharili vse viharje. Včasih smo iz kakšnega prišli tudi malo pobiti, toda vedno znova nas je dvignila vera v prihodnost, dvignilo nas je zaupanje v znanje, ki ga imamo, dvignila nas je odgovornost do premoženja, s katerim upravljamo. In na rezultate tega upravljanja smo upravičeno ponosni. To je in največja nagrada in zagotovilo za prihodnje življenje - za socialno varnost in delo zaposlenih v naši družbi."



"GALA" PA KAR Z VINSKO KRALJICO



Bela krajina je bila 29. novembra, na dan otvoritve nove samopostrežne trgovine v metliškem prodajnoposlovnem centru Gala, resnično dobesedno bela. Zaradi novo zapadlega snega in goste megle, ki je kot bela tančica ovila množico krajanov. Ti niso zdržali, da ne bi že takoj ugotovili, preverili in pokomentirali, kaj in kako je z novo "štacuno"

Profitni center STP Metlika, ki sodi v družbo Mercator Dolenjska, je okoli 650 kvadratnih metrov veliko samopostrežno trgovino uredil v prodajnoposlovnem centru Gala. V kupljenem prostoru je bilo treba opraviti vrsto preureditvenih del in posegov, preden je prostor ustrezal zamislim in zahtevam nove Mercatorjeve trgovine. Tudi metliška samopostrežba je dobila enoten "oblikovalski in programski štrih", kot ga počasi in vztrajno dobiva vse več naših trgovin. Vse več trgovin bo razpoznavnih po enotni podobi - od zunanje in notranje ureditve, informacijskega sistema, ponudbi, cenah...

Zaradi nove samopostrežbe so staro, ki je bila čez cesto, začasno zaprli. Vanjo se bo vselila trgovina s tehničnimi izdelki, v njene izpraznjene prostore pa papirnica.

V novi samopostrežbi je za metliške razmere veliko novosti. Izredno pestra ponudba delikatesnih izdelkov, da o pekoskih in slaščičarskih, ne govorimo! Tudi prodaja svežega mesa je novost. Dodajmo še posebej urejen oddlek s svežim sadjem in zelenjavo, možnost kupovanja po diskontnih cenah, pa smo povedali skoraj vse.

Za nekaj sto metrov prodajnih polic in nekaj deset metrov zamrzovalnih omar in skrinj, bo skrbelo 20 parov pridnih rok. Okoli 6 tisoč izdelkov je naprodaj, in vsi morajo biti na policah kot "hiše v Trsti".

Metličani so prijetni ljudje in predvsem jim dobre volje nikoli ne zmanjka. To so pokazali tudi ob otvoritvi trgovine. Redko se ob otvoritvah zbere tolikšna množica, kakršna se je zbrala pred Galo. Poslušala je vrsto govornikov - direktorja družbe Mercator Dolenjska Staneta Hribarja, direktorja profitnega centra in domačina Janeza Videtiča, predsednika Mercatorjeve uprave Živka Pregla in seveda svojega župana Branka Matkoviča. Pa je bila otvoritev tudi v znamenju prepevanja in pokušanja mlade Portugalke, vinca iz metliške kleti. Vinska kraljica Lidija Mavretič je posla večše dekline in govornikov ter drugih povabljenih k zdravici, ni bilo treba dvakrat prositi.



PRED TRGOVINAMI ZABAVE ZA KUPCE

Konkurenca v trgovini je huda. Trgovci si izmišljamo vedno nove in nove oblike neposrednih stikov s kupci. Pri tem so postale akcijske prodaje, predstavitve in pokušine že tako vsakdanje, da so marsikje že tudi neopazne. Kaj še ostane? Opozoriti nase z vrvežem pred trgovino, z nagradnimi igrami, z zabavo. Prav teh je bilo v zadnjih treh mesecih v Mercatorju izredno veliko.



Mile Bitenc

Družba Mercator-Dolenjska je takoj po poletnih počitnicah opozorila na 15. rojstni dan prodajnega centra Ločna v Novem mestu. Med 16. septembrom in 4. oktobrom je vsak kupec pri nakupu nad 2.000,00 SIT prejel nagradni kupon. Na vseh oddelkih prodajnega centra Ločna, tudi v bifeju, se je nabralo presenetljivo veliko kupcev. Ob žrebanju, ki je bilo "v živo", so Novomeščani pripravili tudi dolg seznam privlačnih nagrad.

V petek, 4. oktobra, ko je žrebanje steklo, je bil pust, hladen in temačen dan, a je prav zaradi prireditve na Ločni marsikomu posijal droben sončni žarek. Kar dolgo smo s pomočjo kolesa sreče delili kopico nagrad in dolgčas sploh ni bilo. Branko Filip, znani novomeški kolesar, ki ga sponzorira Mercator-Dolenjska, je pomagal pri žrebanju. Žrebanje je privabilo množico. Vsak zase je pričakoval, da bomo iz bobna pralnega stroja, ki je bil tudi prva nagrada, potegnili prav njegov nagradni kupon.

Sicer pa Mercator-Dolenjska kupcem pogosto pripravi različna presenečenja in pozornosti. V drugi polovici novembra je kupcem v Gotni vasi podarila 100 gramov Embine kave, če so kupili za več kot tri tisočake. Pripravila je tudi vrsto pokušin. Zelo prijazno praznovanje desetletnice trgovine.

V četrto stoletja stari in poleti v novo celostno podobo odeti samopostrežbi na Kandiji, so bili kupci prav tako deležni pozornosti. Žrebanje nagradnih kuponov, ki so prinašali lepe nagrade, je bilo sestavni del praznovanja.



Za prireditev v Novem mestu je aranžerka Vida pripravila domiselno sceno

ja 25. rojstnega dne trgovine.

Mercator-Dolenjska je poleti in na jesen gostila radijsko ekipo Studia D. Redna mesečna oddaja "Radijska nagradna odkrivanka" je tekla v živo kar iz studija v prodajnem centru Ločna.

19. oktober je bil kot naročen za prireditev **Zlata jesen, bogata jesen** pred prodajalno Marjanca v Gornji Radgoni.

Posebna prodajna akcija je v trgovinah profitnega centra Sloga trajala od 20. septembra do 18. oktobra. Kljub visokemu znesku nakupa - 5.000 tolarjev, ki je prinašal nagradni kupon, je bilo kupcev s kuponi veliko. Zneskovni limit nakupa je določila republiška tržna inšpektorica po vrednosti na-

grade - pralnega stroja.

Prostor pred radgonsko Marjanco je bil posebej pripravljen za prireditev, ki je bila hkrati žrebanje, veselica in priložnost za vrsto pokušin. Dišalo je po pečenem kostanju, mesu... vsemu skupaj je dala poseben priokus še muzika dveh ansamblov. Humorist Geza je vse skupaj začinil s salvami smeha. V profitnem centru Sloga so pripravili nekaj deset privlačnih in po vrednosti ter praktični uporabnosti zanimivih nagrad. Ko se zbere veliko število kupcev je prav, da Mercator pokaže tudi nekaj več. Zato ne smem pozabiti, da se na tovrstnih prireditvah predstavlja tudi M kartica. Udeleženci iz kladnih elementov (puzzlov) sestavljajo podobo M kartice. 10.000 tolarjev

je nagrada zmagovalcu.

Tudi Posavci poskrbijo, da se pred nakupovalnim centrom v Krškem vsako jesen nekaj dogaja. Ko dozori kostanj in je mošt še mošt, že začnejo pripravljati "gašperčke za peko", kupcem pa deliti nagradne kupone, če seveda kupijo za več kot 3.000 tolarjev izdelkov. Srečo smo v Krškem delili kar iz mešalca za beton. Prva nagrada pa je

bil, kaj bi drugega, kot pralni stroj.

Ob živi glasbi so mnoge zasrbele pete. Najbolj živahna sta bila plesalca, ki sta polko odskakala v novih reklamnih majicah Kluba Mercatorjeve kartice. Sedem mladih harmonikarjev, ki so se predstavili vsak posebej in še skupaj kot orkester, je publiki ogrela dlani.

Pisane stojnice, žrebanje nagradnih

kuponov, nagrade, ki jih je prinašalo kolo sreče, nakupovalni vrvež in dobra volja - pravi sejemski vrvež pred nakupovalnim centrom.

V Novem mestu, Gornji Radgoni in v Krškem so v času Mercatorjevega druženja s potrošniki, v živo tekale radijske oddaje o dogajanju pred izbranimi trgovinami. Posebne nagrade je bil deležen poslušalec, ki je tisti dan praznoval rojstni dan in se je prvi oglasil v program.

Kaj naj zapišem ob koncu? Vsa dogajanja pred trgovinami in druge pozornosti, ki so jih člani Mercatorjeve družine ob teh prireditvah namenili kupcem, so bile izredno dobro sprejete.

Prireditve sem v sodelovanju s posameznimi družbami in profitnimi centri vsebinsko pripravljala in vodil Mile Bitenc. Povsod so moje ideje in predlogi, kako zabavati in k sodelovanju spodbuditi kupce, doživele podporo. Osebo pa mi tovrstno druženje s kupci vedno pove: Mercator je dober soseda.

Mile Bitenc



Zlata jesen, bogata jesen v Radgoni. "Le močno zavrtite, gospa Marija."



V Krškem so sestavljali Kartico Mercator.

mercator
moje dežele

IZVIRNA OTVORITEV RAZSTAVNE SEZONE



Male slike so
požele veliko
občudovanja



Akademski slikar,
doktor filozofskih
znanosti Milan
Butina (levo) v
družbi s
postojnskim
županom

Prvo razstavo v razstavni sezoni 1996/97 je postojnski Nanos namenil malim slikam.

To je bila izjemna, doslej v Sloveniji le enkrat predstavljena razstava malih slik, ki so jih naslikali akademski slikarji **Nikolaj Beer, Mirsad Begič, Milan Bizovičar, Janez Ferlan, Dušan Fišer, Črt Freljih, Tomaž Kržišnik, Iva Mršnik, Silvester Plotajs-Sico, Jasna Samarin in Boris Zaplatil**. Zakaj prav male slike? Majhna slika je včasih le del velike. So slikarji, ki naslikajo veliko majhnih slik na veliki in so slikarji, ki z eno majhno sliko ustvarijo veliko, neprecenljivo in veličastno delo. So umetniki velikega formata, pa se ne počutijo dobro, če tu pa tam ne naslikajo majhnih sličic.

Male slike so bile od 26. septembra do 19. oktobra na ogled v pohištenem salonu Nakupnega centra v Postojni, kjer je bila že 24. oktobra otvoritev naslednje razstave, in sicer del akademskega slikarja **Milana Butine** iz Ljubljane.

Na Butinovi 20. samostojni razstavi je bilo na ogled 12 gvašev, olj, temper in akvarelov iz obdobja od leta 1964 do 1995. Zanimivo je, da je Milan Butina leta 1982 opravil doktorat iz filozofskih znanosti. Zanimiva je tudi njegova poklicna pot: do leta 1970 je v Mestnem gledališču ljubljanskem scenografsko opremil 90 predstav, mnoge med njimi tudi kostumografsko. Do leta 1975 je poučeval na ljubljanski Šoli za oblikovanje, do leta 1981 predaval na Akademiji za likovno umetnost, potem pa vse do upokojitve na katedri za oblikovanje tekstilij in oblačil Oddelka za tekstilno tehnologijo pri Fakulteti za naravoslovje in tehnologijo. Po diplomi leta 1951 se je vseskozi ukvarjal s študijem likovne teorije in s tega področja izdal dve knjigi: *Elementi likovne prakse* in *Slikarsko mišljenje*, pa tudi številne članke in razprave v raznih revijah.

Matjaž Marinček

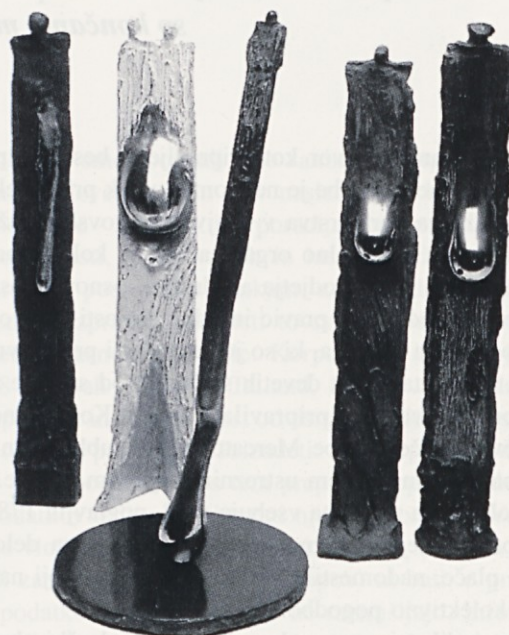
"KAPLJE" DRAGA TRŠARJA



Razstavna sezona 1996/97 se je v Mercatorjevi galeriji začela 26. septembra z razstavo plastik akademskega kiparja Draga Tršarja.

"Z izrazno igro temno patinastega bronu pa zlato spoliranih segmentov dosega tudi v svojem ciklu "Kapelj" vizualne snovne obreztežitve, ki to tudi sicer nemasivno, krhko plastiko nekako duhovno sublimirajo: iz "tuzemske" bronaste biti jo razgmotijo v nekakšen "nadsnovni" kiparski simbol. Prav ta vsebinsko izrazna komponenta, izvirajoča iz notranje nuje, loči Tršarjeve slikarske igrivosti od mnogih danes zelo pogostih lepotilnih in dekorativnih poliranih bakrenih kiparskih površin. Razlika na prvi pogled ni velika, je pa bistvena: njegova "kiparska slikovitost" je vsebinska in nas izrazno zavezuje, ima, kot pravijo ustvarjalci, izpoedno težo. Ni torej zgolj hedonistična lepota, všečna, pritegljiva, igračasto efemerna. Izvirajoča iz prirojene nagnjenosti k reduciranju kiparske gmote, se na poseben način vzporeja s hotenji kubistov in konstruktivistov, ki so tudi želeli z malo kiparskega materiala ustvarjati velike volumne."

O kiparskih storitvah in avtorju je pisal kritik Marijan Tršar.



"PROSTORI" FRANCA NOVINCA



Razstava del akademskega slikarja Franca Novinca je bila odprta 28. novembra. To pot je Mercatorjeva galerija zažarela v barvah.

"V slikarstvu Franca Novinca v zadnjem desetletju odsevata izjemen nemir in hlastanje po prostoru, pojavi barve v njem so prešli vsako razumsko mejo zadržanosti. V te prostore, ki so odsevno prizorišče njegove psihe, se naseljujejo nove in nove barvno in oblikovno vedno bolj sproščene fantazmagorične razsežnosti. Ali lahko te prostore še označujemo kot odseve oblikovno zreduciranih, zvrnenih, razslojenih, presvetljenih in na trenutke kot razseljenih prostorov iz resničnosti?

Vsekakor, če priznamo Novincu utemeljeno pravico do subjektivnosti v kontekstu vsebinske in formalne kontinuitete, ki se ji ni slikar nikoli odrekel in ki vodi mimo vseh izmov in trendov, saj gradi na vračanju vase, k svojim lastnim doživljanjem in izkušnjam, pri čemer pa mu pomembno predigro predstavljata zgodovinski ekspresionizem in v zadnjem času tudi fauvizem."

KONČANA NEKAJMESEČNA POGAJANJA

V letošnjih poletnih mesecih smo se predstavniki sindikata in uprave obvladujoče družbe Mercator, d.d. Ljubljana s podpisom Dogovora zavezali, da bodo pravice delavcev iz delovnega razmerja in plač, dodatkov k plačam ter njihovih nadomestil, namesto s pravilniki, urejene s kolektivno pogodbo. Pogajanja med sindikatom in upravo so končana, manjka le še podpis obeh partnerjev.

Tako sam dogovor kot pripravljeno besedilo podjetniške kolektivne pogodbe je nedvomno velik prispevek k utrditvi socialnega partnerstva v največji trgovski družbi v Sloveniji. Za sindikalno organizacijo je kolektivna pogodba, čeprav na ravni podjetja ali družbe, osnovni instrument za urejanje odnosov, pravic in odgovornosti delavcev.

Pogajalska skupina, ki so jo sestavljali predstavniki uprave in sindikata, je na devetih srečanjih od sredine avgusta do konca novembra pripravila predlog Kolektivne pogodbe obvladujoče družbe Mercator d.d. Ljubljana in ga dala v potrditev in sprejem ustreznim organom družbe.

Kolektivna pogodba vsebuje v 22. poglavjih 178 členov, ki opredeljujejo delovno razmerje, pogoje za delo sindikata in plače, nadomestila in dodatke, ki po svoji naravi sodijo v kolektivno pogodbo.

Za sindikat je pomembno, da se je v družbi ohranil sistem kolektivne pogodbe, ki je bil ogrožen s pravilniki, ki jih je sprejel nadzorni svet. V primerjavi s pravilniki pomeni ureditev področja s kolektivno pogodbo, prednost. Vse eventualne spremembe, ki bi šle v smer zmanjševanja pravic delavcev, bodo tako predmet novih pogajanj med sindikatom in upravo.

Za ZSSS je najbolj pomembno, da je v času odpovedovanja kolektivnih pogodb, uspel v družbi Mercator, d.d. skleniti kolektivno pogodbo, ki temelji na izhodiščih, s katerimi je zagotovljena najmanj tista raven pravic delavcev

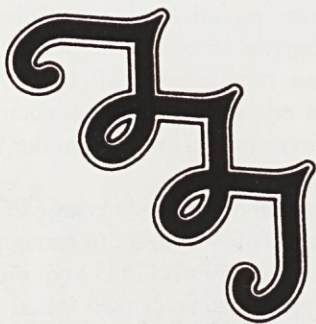
kot jo ima obstoječa Kolektivna pogodba dejavnosti trgovine Slovenije.

Pogajalska skupina sindikata z vsebino pogodbe ni povsem zadovoljna. Ambicija skupine je bila, da bi z višjo izhodiščno plačo za posamezne tarifne razrede in uvedbo plačilnih razredov, popravila krivico, ki je bila delavcem te družbe delavcem družbe storjena s Pravilnikom o sistematizaciji. Prizadevali smo si, da bi bila merila in kriteriji za delovno uspešnost za vsa delovna mesta vnaprej znana, žal nam to v celoti ni uspelo. Na tem področju je, po mnenju sindikata, pristojnost uprave prevelika.

Terjali smo tako rešitev, ki organu upravljanja ne bi dovoljevala znižati izhodiščne plače še za dodatnih 5%. Te in še druge upravičene zahteve pogajalske skupine sindikata, pogajalska skupina predstavnikov uprave, žal ni sprejela. Tudi za ceno, da se kolektivne pogodbe ne podpiše.

Ne glede na razmeroma majhen pogajalski uspeh, je v sindikalni pogajalski skupini prevladalo mnenje, da bi kazalo pogajanja končati in predlagati organu sindikata sprejem in določitev pooblaščenec za podpis predlaganega besedila kolektivne pogodbe. Kljub temu, da cena dela - osnovna plača delavcev za sindikat ni povsem sprejemljiva, se s predlagano kolektivno pogodbo ohranjajo tudi prejemki v zvezi z delom in drugi prejemki, ki jih hočejo predstavniki delodajalcev na državnem nivoju ukiniti.

Sandi Bartol



Zadnja vest:

O predlogu kolektivne pogodbe družbe Mercator, d. d. kot sta ga oblikovali pogajalski skupini sindikata in uprave, bo uprava odločala na seji 8. decembra 1996. Kaj je odločila, kako ter koliko časa bosta obe strani predlagano pogodbo izvajali, bomo poročali kasneje.

ŠTUDIJSKI POTEP PO AMERIKI

Kot že več generacij pred nami, si je tudi moja oktobra ogledala Ameriko in njena mesta: New York, Washington, Charlottu in Atlanto. Večina med nami je študentov trženjske smeri, zato smo se vnaprej dogovorili za obiske znanih korporacij ter za srečanja z menedžerskimi ekipami, odgovornimi za trženje z Evropo.

Pričeli smo v New Yorku. Na slavnem Wall Streetu smo preverjali naše znanje o pravilih in omejitvah, ki veljajo za borzne posrednike na New York Stock Exchange. Izkazalo se je, da o zadevi vemo več kot uradni razlagalec. Sledil je obisk World Trade Centra, kjer pravega sobesednika nismo imeli. Zato smo se posvetili turizmu in si ogledali mesto z vrha ene od 411 metrov visoke stolpnice. Zanimiva je bila reakcija korporacije Phillip Morris, ki nam je odpovedala gostoljubje zaradi tega, ker je bil med nami tudi študent, zaposlen v ljubljanski Tobačni tovarni.

Prisrčno dobrodošlico so nam pripravili v IBM s sliko ljubljanske Čopove ulice na straneh Interneta. V tolažbo uporabnikom Interneta lahko povem, da je brskanje po Internetu v Ameriki sicer zadnji modni hit, odzivni čas pa ni nič krajši kot v Sloveniji. O samem poslovanju, metodah in načinih dela v korporaciji, nismo izvedeli prav dosti, predstavitev je bila le gala reklamna predstava. Sklepna misel obiska je strnjena v pravilo Thomasa Edisona "Ne bom iznašel, če se ne bo prodajalo."

Obiskali smo tudi Ljubljansko banko, v Ameriki je to Ljubljanska banka Slovenije (LBS), kjer nas je pozdravil in prijetno presenetil naš kolega s podiplomskega študija. Torej so nekateri iz naše generacije v Ameriki pričeli zelo poslovno.

V Washingtonu v Svetovni banki (World Bank) smo razpravljali o rezultatih raziskav držav v tranziciji in njihovih reformah, ki jih Svetovna banka redno opravlja. Po njenem mnenju smo v tržnih reformah prepočasni, drugih črnih pik pa nam niso omenjali. Dobili smo veliko literature, ki nam bo koristila pri pisanju magistrskega dela.

Po kratkem obisku deževne Charlotte, ki velja za eno lepših mest, smo prispeli v Atlanto - dom Coca Cole in prizorišče olimpijskih iger 1996. V mestu že podirajo olimpijske objekte in gradijo nove zgradbe in parke. Obisk korporacije Coca Cola je potekal v dveh delih. Najprej smo si ogledali zgodovinski muzej Coca Cole in poskusili vse vrste napitkov, ki se v sodelovanju s to blagovno znamko izdelujejo po vsem svetu. Nato pa smo obiskali še poslovno stavbo. V kratkem uvodu, ki je v vseh podjetjih, v Coca Coli pa še posebej, izzvenel kot dolga reklama, smo izvedeli da Coca Cola sodeluje z v Mercatorju znano hišo Ernst & Young. V Coca Coli in v vseh ameriških korporacijah je delovanje podrejeno pravilu "Naš delničar, zato ker je naš, zasluži vedno večjo vrednost naših delnic".

Na koncu obiska smo spoznali zelo zanimivo korporacijo, ki je pri nas v Sloveniji ni in je v naslednjih 5 letih tudi zanesljivo še ne bo - Equifax. Korporacija zbira podatke o kreditni sposobnosti, zavarovanjih in lastnini državljanov ter jih posreduje poslovnim bankam, zavarovalnicam in delodajalcem. Razprave o tajnosti tovrstnih podatkov so se, po začetni glasnosti, polegale. Korporacija ima svojo mrežo v 48 državah (Mehika, Tailand, Indija ...), vendar je njena uspešnost in učinkovitost odvisna od naklonjenosti države in lokalnih partnerjev. Prizadeti imajo pravico do vpogleda v bazo podatkov in s tem preprečiti uporabo nepravilnih podatkov oziroma zahtevati njihovo korekcijo. Veliko truda je vloženega v zaščito podatkov, zato se vdora v sistem (tudi zaradi nemodernih pristopov) ni bati, o prikazovanju podatkov na Internetu pa ne razmišljajo. Informatiki bi rekli, da ne izkoriščajo vseh možnosti napredne tehnologije.

V Ameriki smo bili v času predsedniških volitev, zato je pogovor z našimi gostitelji pogosto nanesel na ocenjevanje kandidatov. Po naključju smo bili udeleženi v javnomnenski anketi in naši glasovi so šli kasneje izvoljenemu kandidatu.

Izredna odprtost, s katero so nas sprejemale ekipe pristojnih menedžerjev, je včasih mejila na nevljudno radovednost, saj so nas o naši deželi spraševali stvari, ki jih pri nas, če bi šlo za Ameriko, obvlada povprečno izobražen državljan. Amerika je pač Amerika. In ni medena dežela.

Martina Hozjan



Ljubljanski študentje sredi Amerike v Mercatorjevi "celostni opravi"



Martina Hozjan,
dipl.oec. je
zaposlena v
obvladujoči družbi
na delovnem mestu
projektanta
informatičnih
sistemov.
Pripravlja se na
magisterij s
področja
informatičnih
sistemov.



December je mesec, ko se poslavljamo od starega leta in ko se pripravljamo na novo leto. Vsa narava je sedaj že dodobra pripravljena na zimo, mi pa prav tako.

Vrtnine pod tuneli iz folije še dodatno zaščitimo, kajti folija lahko vzdrži razliko v temperaturi le od 4 do 6 stopinj Celzija. Radič in endivjo bo močnejši mrzaz poškodoval, če tunela ne prekrijemo še z eno plastjo folije tako, da je med njima zračni plašč ali pa s kartonom, stiroporom ipd., skratka z materialom, ki bo preprečil premočne ohladiitve pod tunelom.

Zelenjavo, ki jo imamo v kleti ali v drugih shrambah, redno pregledujemo in izločamo vse, kar je gnilega.

Sobne, okenske in balkonske rastline so sredi počitka, zato jih zalivamo bolj poredkoma. Za zalivanje uporabljamo mehko vodo, po možnosti deževnico. Dokler cvetijo in rastejo, jih dognujemo z rudninskimi in organskimi gnojili.

Božični kaktus redno zalivamo in dognujemo. Rastline ne premikamo, dokler ne odcveti.



Okske in balkonske rastline moramo, potem ko smo jih odnesli v prezimovališče, redno čistiti. Sprememba okolja pri njih povzroči množično rumenenje in odpadanje listov. Liste in odcvetele cvetove moramo sproti odstranjevati, da ne gnijejo med rastlinami. Zalivajmo jih, kolikor je potrebno. To pomeni, da naj se med enim in drugim zalivanjem zemlja dobro osuši. Paziti moramo, da ne bomo zmočili listov, temveč samo zemljo. Tako bomo preprečili pojav sive plesni, ene najhujših bolezni, kar se jih pojavlja med prezimovanjem.



Konzerve za ježke

Britanski ljubitelji ježkov so lahko zadovoljni, saj so zanje pred kratkim pričeli izdelovati okusno konzervirano hrano. Tovarna Perky petfoods je izdelala specialiteto Spikes dinner. Del zaslužka bo namenila bolnišnici za ježke ST. Tiggywinkles. Lastnik podjetja Martin Horscroft zatrjuje, da so bili že prav od začetka prepričani v tržni uspeh svojega izdelka. Za konzerve se zelo zanimajo tujci, zlasti Belgijci in Rusi. Z novim izdelkom so poskusno hranili suhe in debele ježke in samo eden med njimi je pripravljen obrok odklonil. S skrbno pripravljeno hrano bodo preprečili morebitne želodčne motnje pri teh živalih, saj jim Britanci puščajo na vrtu tudi zdravju škodljiva živila.



Termiti zdravijo raka

V malezijsko mesto Johor Baru prihaja čedalje več turistov zaradi tamkajšnje kulinarčne specialitete - mariniranih termitovih matic, ki jih prodajajo po zmerni ceni 7 dolarjev za porcijo. Insekti so baje zelo zdravilni. Kitajci so prepričani, da zdravijo vse, od prehlada do raka, pri njih pa jih je težko dobiti in še dragi so povrh vsega (porcija termitov stane na Kitajskem 100 dolarjev). Malezijski podjetnik in lastnik kavarne Tan Song Leong je pred nekaj meseci pričel trgovati s termiti. Skupaj s 15 sorodniki jih išče po gozdovih in plantažah, na dan pa najdejo do 300 matic. Njihove stranke so Singapurci, ki sicer najraje jedo žive termite, lahko pa tudi namočene v alkohol ali rižovo vino. "Tako so hrustljavi, vendar brez kakšnega posebnega okusa", je dejala Ella Lim, ki jih golta namesto vitaminov. Če pa teh velikanskih mravelj ne marate, lahko spijete vino, ki ga ta nenavadna "začimba" naredi še okusnejšega, zagotavlja ljubiteljica termit-skega poživila.



Himalajska kontracepcija

Indijski znanstveniki so iz nekega zelišča, ki raste na gričih ob vznožju Himalaje, pridobili kontracepcijsko sredstvo. Rastlino pipalijadi joga domači kmetje uporabljajo že dolgo, večina Indijcev pa njene uporabne vrednosti ne pozna. Predsednik vladne skupine raziskovalcev Ranjit Roy Chaudhury zagotavlja, da bo cena tega oralnega kontracepcijskega sredstva nizka. Na voljo bo kmalu. Stranskih učinkov uživanje rastlinskega izvlečka menda nima, znanstveniki pa niso navedli podatka, koliko zanesljivo ščiti pred zanositvijo.



V Ameriki pomeni hitra prehrana prihranek dragocenega časa. Kdor kupi že pripravljen obrok, lahko večer preživi pred televizorjem namesto v kuhinji. Ker pa taki prigrizki navadno niso najbolj zdravi, so si v prehranbeni industriji za ljubitelje zdrave prehrane izmislili instant solato. Običajno gre za mešanico različnih vrst zelenjave (prevladujejo zelje, špinača in glavната solata, dodane pa so tudi nekatere eksotične vrste), ki je že razrezana na primerno velike koščke in jo je treba le še premešati s prelivom (iste znamke, kakopak).

Zelenjavo pakirajo v posebne plastične vrečke, ki uravnavajo količino kisika in ogljikovega dioksida glede na zahteve posameznih proizvodov. V navadni plastični embalaži ostane zelenjava sveža dva do tri dni, nove vrečke pa jo ohranijo do dva tedna, ne da bi se izgubili vitamini. Strokovnjaki za prehrano trdijo, da je tako pakirana zelenjava celo boljša od tiste, ki jo kupimo na stojnicah, saj se pri taki prodaji izsušuje in tako izgublja dragocene snovi. Kontrolirane razmere v vrečkah preprečujejo dehidracijo, seveda s pogojem, da jo trgovci skladiščijo v hladilniku, česar pa mnogi trgovci ne upoštevajo.

Tako pripravljena zelenjava je vir zdravja, prav nasprotno pa velja za številne solatne prelive in omake vseh barv in okusov. Podjetja kar tekmujejo med seboj, katero bo imelo na izbiro več različnih kombinacij. Otrokom ponujajo mešanice solat blagega okusa s kremnim prelivom in igračko. "Če vam ne bo všeč, pa kupite naše krekerje."

Pozor lev prihaja!

Ali ste že kdaj pomislili, kako bi svoj prelep vrt, vključno s pridelki, ki med letom zrastejo na njem, zaščitili pred različnimi plenilci iz gozda, travnika ali polja, ki jih kar prehitro premami lepo gojena zelenjava ali sadje z vašega vrta? Ali pa imate morda na osamljenem kraju v bližini gozda pašnik z nekaj ovcami ali kozami, ki so vse prevečkrat žrtve divjih živali? Zagotovo ste poskušali že marsikaj, pa je bilo verjetno kot bob ob steno. Marsikdo bi vam celo odgovoril, da je ni stvari, ki bi vrt branila pred mišmi, zajci, srnami in drugimi stalnimi obiskovalci. Mnogi ste se jih že zagotovo poskušali ubraniti na različne načine, pa se verjetno noben ni posebno dobro obnesel. Če pa se je že, je bil učinek razmeroma kratkotrajen. Pa vendar obstaja rešitev. Ponuja jo narava sama.

Splošno je znano, da vsaka žival uporablja svoje iztrebke za označevanje območja, na katerem živi. Če si druga žival drzne prestopiti mejo označenega ozemlja, je pripravljena na dvoboj, dokler vsiljivca ne izžene. Potem živali spet zaživijo v miru, dokler se ne pojavi nov vsiljivec. Na podoben način lahko zavarujemo tudi naš vrt, njivo, pašnik. Potrebno je le nekaj iznajdljivosti.

Če se, na primer, bojite volka, ki nadleguje ovčice na vašem pašniku, si v živalskem vrtu nabavite levje iztrebke in jih enakomerno potresite po mejah vašega pašnika. Če pa vaše pridelke objedajo samo zajci ali srne, bo zadostoval tudi samo volčji iztrebek.



V TRIČETRTINSKEM TAKTU V NOVO LETO



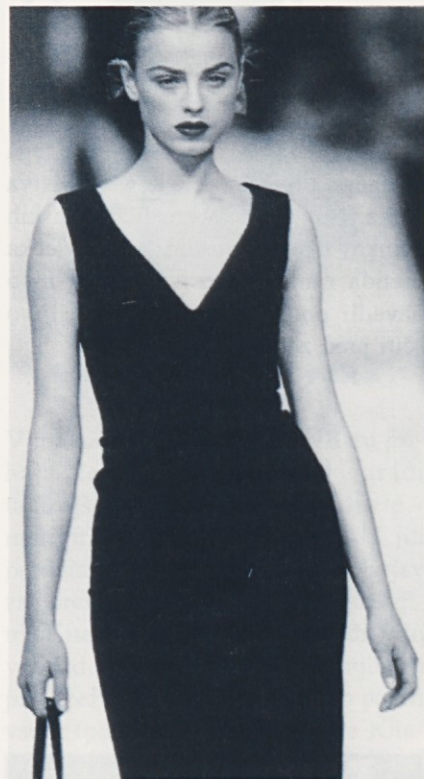
Naša garderoba postaja vse pestrejša. Nič več ne vihamo nosu nad situacijami, ki narekujejo s svojo svečanostjo drugačno oblačenje in drugačno obnašanje. Ponovno smo dovzetnejši za "celostno podobo" - k prazničnemu trenutku sodi praznično oblačilo. Praznično v polnem pomenu besede. Ne le kičasto svetlikajoče ali vulgar- no razgaljeno oziroma ceneno spogledovanje z nečim, kar naj bi bilo drugačno. In novoletni čas je pravi za to, da se oblečemo v nekaj lepega, svečanejšega in s tem drugačnega.

Ponavadi je to črna razkošna obleka, današnja moda pa vendarle dopušča še marsikaj drugega. Celo zelo popularne so tkanine za svečane obleke, ki so potiskane s cvetnimi ali geometrijskimi vzorci, kreacija pa je izrazito večerna. Dolžina oblek je lahko kaj različna - mini, midi ali maks. Za pogumnejšo so čipke, ki pa niso podložene, le razkošno nabrane so v krilu, da tako vsaj malo prikrijejo "golo resnico". Če pa se le bolj navdušujete nad enobarvno svečano obleko, je seveda najprimernejša črna. Lahko je v kombinaciji s prosojno črno tkanino, ki na svetovnih modnih pis- tah razglaja prav tiste dele telesa, ki

jih sicer najbolj skrivamo - prsi in trebušček ali pa to poudarja s spodnjim perilom v kontrastni barvi. No, med nami verjetno ne bo tako pogum- nih oziroma tako izrazitih posnemanj modnih zapovedi, zato pa bo naša črna obleka vsaj globlje izrezana in dosled- no speljana po telesu v ozko krilo (če je dolgo z visokim razporkom) ali v razkošno široko krilo, ki spominja na Pepelkino plesno obleko.

Tudi gospodje se bodo odeli svečano - če ne frak, ki tudi ni več taka izjema in posebnost, kot je še nedavno tega bil, pa vsaj smoking. Seveda črn ali bel. Kombinacija bo vsekakor črno- bela, le dodatek v obliki kravate ali metuljčka je lahko živahnejši. Gotovo ni treba poudarjati, da morajo biti nogavice črne (sicer pa bo treba o tem delu oblačila še kdaj posebej napisa- ti).

In obutev - k večerni obleki bo tudi obutev elegantnejša. Če se le da, bodo

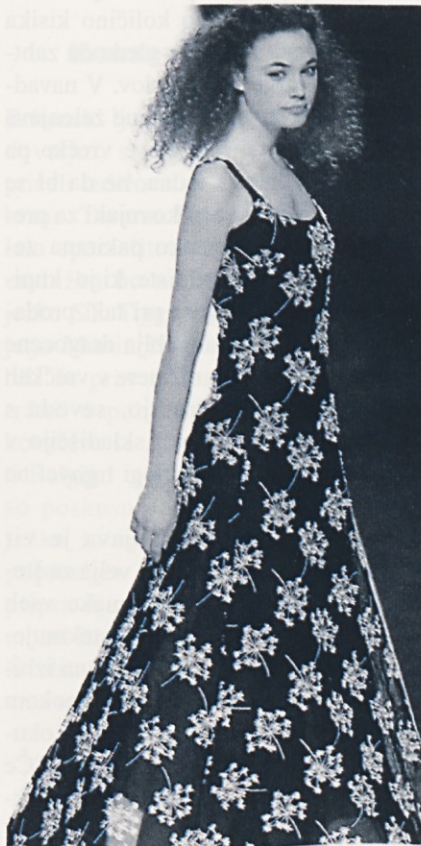


ženski čevlji lakasti in na visoki peti. Tudi moški si lahko obujejo lakaste čevlje, ki sodijo k svečanemu oblačilu. Kar nekaj vidnejših modnih kreator-jev si je privoščilo provokacijo, da so moške v fraku ali smokingu obuli v rdeče lakaste čevlje. No, naši bodo za- gotovo kar črni.

Mlajša populacija pa si bo nadela ob večerni opravi, ki je v stilu razkošne revščine (predolgi rokavi, povešena ra- mena, gumbi različnih barv kar je stil mladih pri obeh spolih) nerodno, na videz preveliko obuvalo. Toda za njihov način novoletnega plesa bo to kar ustrezno. Za tričetrtinski takt pri vstopu v novo leto pa so ustreznejši pravi plesni čevlji.

Čim več dni v prihodnjem letu naj bo tako razkošnih in tako lepih kot so lepa novoletna oblačila in bodo sijoče no- volente zabave!

Lidija Jež



Recept

Adventni kolač

Advent je čas, ko se pripravljamo na praznovanje božiča in ki traja ves december. V tem obdobju je veliko priprav na praznovanje božičnih praznikov in silvestrskega večera. S premislekom si te priprave porazdelimo tako, da bomo zadnje dni lahko le uživali in praznovali.

Potrebujemo:

7,5 dag rozin,
7,5 dag praženih mandljev, 5
dag lešnikov,
5 dag suhih češpelj, fig in
grenke čokolade,
7,5 dag zrezanega citronata ali
arancinov,
6 jajc, 25 dag sladkorja,
ščepec soli,
za nožev konico mletega
muškata in pimenta, cimeta, 15
dag moka, 10 dag jedilnega
škroba, 1 pecilni prašek, 2 žlici
sladkorne sipe za posip,
drobtine za potresanje modela
in
žlico masla za pekač.

Oprane in osušene rozine, zmlete lešnike in mandlje ter nastrgano čokolado zmešamo s citronatom. Jajca ločimo na beljake in rumenjake. Rumenjake in 2/3 sladkorja, sol, muškato, piment in cimet penasto stepemo. Iz beljakov naredimo sneg, umešamo preostali sladkor in dodamo rumenjaki masi. Zmešamo moko, jedilni škrob, pecilni prašek in zmes presejemo na sneg. Vse skupaj narahlo premešamo. Nato model namažemo z maslom, potresemo z drobtinami, napolnimo z maso do 2/3 višine modela in pečemo pri srednji temperaturi.

Andrej Remškar

Zdravilni hren

Hren (*Armoracia rusticana*) je zelo znana začimba pa tudi zdravilna rastlina iz družine križnic. V Evropi je to samorasla rastlina, pogosto ga pa tudi gojijo. Ima velike valovite liste, ki so lahko dolgi tudi do enega metra. Za zdravilne in prehranske namene izkopavamo globoko v zemljo segajoče valjaste korenine. Te so najokusnejše ravno pozimi. Hren jemo k mesu in ribjim jedem, ponekod pa ga dodajajo tudi vložnim kumaricam, da se navzamejo svojevrstnega okusa. Pripravljamo pa ga tudi kot tople omake, nastrganega ali naribanega s kisom in drugimi dodatki, ali pa kar brez obojega. Ker hren pospešuje izločanje želodčnih sokov, spodbuja tek in pospešuje prebavo. Zaradi eteričnega olja, ki je v koreninah, hren draži kožo; to je pomembno pri zdravljenju revmatizma, išiasa, vnete poprsnice in bolečih živcev. Žal pa hrena ne smemo uporabljati v prevelikih odmerkih, ker lahko povzroči vnetje ledvic.



Dvajsetim živalskim vrstam drugo leto grozi izumrtje

Varstveniki narave zatrjujejo, da naslednje leto grozi izumrtje 20 redkim živalskim vrstam, med njimi tudi največjemu metulju na svetu in papagaju kakapo, ki ne zna leteti. Svetovni center za varstvo narave iz Cambridgea opozarja, da živali ogrožajo onesnaženje, divji lov in naraščanje števila prebivalstva. Poleg metulja iz Nove Gvineje in papagaja iz Nove Zelandije sta v nevarnosti še kitajski aligator in kalifornijski kondor, med morskimi živalmi pa sredozemski tjuljenj, ki ga ogrožata turizem in delfini. Tudi rjavemu medvedu v Španiji grozi izumrtje. Po podatkih Društva za zaščito živali jih v Pirinejih in Kantabrijskem gorovju živi le še 60 do 80. Vzroke za to je iskati v divjem lovu in moderni infrastrukturi. Namesto, da bi denar vlagali v ohranjanje hrastovega gozda, ki daje medvedom pomembno hrano - želod, denar raje namenjajo za stalne (neplodne) raziskave, se pritožuje omenjeno društvo.

NAGRADNA KRIŽANKA

					TESNO POVEZANA SKUPNOST LJUDI, KI JIH VEŽE ISTO DELO ALI NAMEN		PRIKAZ ČESA Z BESEDAMI, OPISANJE	LJUDSTVO SAMOJEDI	SAMEC PRI ČEBELAH	PLAŽA PRI BOLU NA BRAČU (ZLATNI ...)	OČKA, ATEK	PRERIJSKI VOLKOVI	PASIVNI GLAGOLSKI NAČIN
					POGODBA, PISMEN DOGOVOR								
					ZNAK, KI DOLOČUJE FUNKCIJO V MATEMATIKI								
					TISKARSKI STAVNI STROJ								
					ŽIVEC								
MAJHNO OKENCE V PODSTREŠNEM STANOVANJU		PREMAKNITEV ČESA KAM DRUGAM	RAZCAPANOST	IVERNA PLOŠČA	VRSTA PELIKANA						LINJA MED DRŽAVAMA	ONA IN .. JAZZ PEVKA FRANKLIN	
KONGLOMERAT, SKUPEK							RIMSKA BOGINJA JEZE	PRINC IZ MAHABHARATE (V BESEDI FINALE)	EDEN OD STARŠEV				
KAMEN, CENJEN GRADBENI MATERIAL									POGOSTO VIKIŠKO IME				
									TRUD				
NAROČILO VNAPREJ												RISBA ZIIIP	SESTAVIL JOŽE PETELIN
DERIVAT ALKOHOLOV (IZ ČRK: TRESI)					REDKO M. IME (IZ ČRK: AALNTV)							Ž. IME (IZ ČRK: LEO in RIVA)	PADARKA, NEŠOLANA LJUDSKA ZDRAVNICA
ŠTORKLJA PO PREKMURSKO					ALPSKA SMUČARSKA DISCIPLINA	RIMSKA BOGINJA JUTRANJE ZARJE	NAJVEČJI OTOK V KORNATIH	VRSTA VRBE; TUDI Ž. IME	SLOVENSKI KNJIŽEVNIK (BORIS)				
JAPONSKO MESTO (ATOMSKA BOMBA)									NAOČNIKI				
IME IGRALKE GARDNER				GLAVNO MESTO UKRAJINE					ENAKI ČRKI			POGOST VEZNIK	
									SPUST NA SMUČEH			UBOJ	
REDKO M. IME (V IMENU MELINA)				MESTO NA SEVERU FRANCIE (ZNANE PREPROGE)						LJUDSTVO OB JENISEJU, TUVINCI BABICA			
POLITIK, IMENOVAN JAPONSKI BISMARCK				KAMBOŠKI POLITIK NOL				IME EL GADAFIJA					
				REKA PAD				POLOVICA ZIME					
SPOR, PREPIR											RIMSKO MITOLOŠKO PODZEMLJE		
SAMODEJNO DELOVANJE STROJEV											SONČNI BOG PRI ST. EGIPČANIH		

Rešitve pošljite do 10. februarja 1997 na naslov: Poslovni sistem Mercator, Center za obveščanje, Dunajska 107, 1000 Ljubljana. Za pravilno rešitev križanke v prejšnji številki časopisa, nagrade prejmejo: Slavka Strle, Gerbičeva 49, Ljubljana; Jožica Oberstar, Kidričeva 14, Kočevje; Roman Vilčnik, Železniška 3, Domžale. Nagrade bomo poslali po pošti.



*Biserni mehurčki za ogrlico sreče v letu 1997.
Niza vam jo nekajletni Mercatorjev hišni prijatelj, peneče vino*

Freixenet

